

Maiju Soljasalo

TILITOIMISTON RAPORTOINTI, VIESTINTÄ JA ASIAKASPALVELU

Opinnäytetyö
Liiketalouden ko


Joulukuu 2013



MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

Mikkeli University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Opinnäytetyön päivämäärä 9.12.2013	
Tekijä Maiju Soljasalo		Koulutusohjelma ja suuntautuminen Liiketalouden koulutusohjelma, taloushallinto	
Nimeke Tilitoimiston raportointi, viestintä ja asiakaspalvelu			
Tiivistelmä <p>Tutkimuksen aiheena on selvittää Etelä-Savossa toimivalle Yritys Oy:lle heidän tilitoimistonsa asiakkaiden raportointitarpeita. Tutkimuksella etsitään vastauksia siihen, minkälaista raportointia asiakkaat ovat valmiita käyttämään ja minkälaisessa muodossa he haluaisivat raportointia vastaanottaa. Minkälainen kysyntä raportoinnin ulkoistuksella on ja miten Yritys Oy tulisi lähteä raportointiaan kehittämään.</p> <p>Tutkimusaineisto kerättiin tekemällä Yritys Oy:n 90 asiakkaalle kysely, joka lähetettiin heille sähköpostitse. Kyselyn vastauksien perusteella luodaan kattava analyysiaineisto Yritys Oy:n käyttöön jatkokäsittelyä varten, jossa asiantuntijat voivat pohtia taloushallinnon raportoinnin kehittämistä. Tehtävästä analysointityöstä ja onnistuneesta analyysistä on rakennettu myös tarkentava tutkielma. Raportointitarpeiden lisäksi tutkitaan tilitoimiston yleistä asiakaspalvelua sekä viestinnän keinoja. Miten sähköisyys vaikuttaa nykyisiin tilitoimistopalveluihin ja kuinka iso rooli kirjanpitäjän tulisi ottaa raportoinnista? Tutkimuksessa esitetään hyvän asiakaspalvelun peruskäsitteitä sekä hyviä lähtökohtia viestintään, joiden avulla perusraportoinnin markkinointiviestintää voidaan lähteä kehittämään.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kyselyllä, joka sisälsi yhteensä 17 monivalintakysymystä, josta vastaajat saivat valita itselleen sopivan vastausvaihtoehdon. Jokaisen kysymyksen päätteeksi oli vielä mahdollisuus vastata avoimeen tekstikenttään, mikäli vastausvaihtoehdoista ei sopivaa vaihtoehtoa vastaajalle löytynyt. Näin pyrittiin ottamaan huomioon myös se mahdollisuus, että asiakkailta ei jäisi vastauksia saamatta. Kyselyssä on myös osio, joka sisältää väittämiä erilaisilla tavoilla tuotettuihin raportointimalleihin, joita vastaajat saivat arvostella asteikolla 1–4, josta yksi tarkoittaa täysin eri mieltä väittämän kanssa ja neljä täysin samaa mieltä väittämän kanssa.</p> <p>Yrityksissä on yhä enemmän siirtymässä ulkoistuspalveluihin ja näitä tehdään eniten kirjanpidon, palkanlaskennan ja raportointipalveluissa. Tutkimuksen sisältö tulee tätä periaatetta ja tutkimuksen pohjalla on usko siihen, että tällaiselle raportoinnin palvelulle voisi olla kysyntää.</p>			
Asiasanat (avainsanat) Raportointi, viestintä, asiakaspalvelu, analyysi, asiakkuus			
Sivumäärä 57 sivua + liite 8 sivua	Kieli Suomi	URN	
Huomautus (huomautukset liitteistä)			
Ohjaavan opettajan nimi Terttu Liimatainen		Opinnäytetyön toimeksiantaja Yritys Oy	

DESCRIPTION

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Date of the master's thesis 9 December 2013	
Author Maiju Soljasalo		Degree programme and option Business Management	
Name of the master's thesis Accounting firm's reporting, communication and customer service			
Abstract <p>This bachelor's thesis studied what kind of reporting services an accounting firm's customers were expecting and hoping for. The research problem was to find out how often and in which way they liked to have their reports from the accountant. The research material was gathered by making a survey for 90 Yritys Oy's customers by sending an e-mail message. Overall the survey was sent to 499 clients and 90 of them took part in the survey. The majority of the clients had about five employees and their revenues were under EUR 200 000.</p> <p>The survey included 17 questions about reporting and they were multiple choice questions where the respondents could choose the best alternative. If they were not satisfied with the alternatives, they could write to an open text area. This way all the answers could be included in the survey. The survey also included statements with the 1 to 4 scale assessment. The survey tried to be versatile so that the responding would be easy and the respondents could give a plenty of information for the study.</p> <p>The survey results indicated that people were interested in once a month reporting schedule and they wanted to see the reports through the accounting software, but including a consultant opinion. Many clients were more interested in reporting advantages and ready to invest in quality customer services. After the survey Yritys Oy could continue their study and analyse the survey results to improve their reporting systems nationally in all of their accounting companies.</p> <p>Personal communication is still valued in electronic business world and clients hope for more support services together with statistics reports. How big a role should an accountant take in reporting services and what are the good and recommended communication skills needed in everyday customer services? It takes lot of time to develop reporting systems to work nationally and more research is needed to find the right ways to produce reporting tools. This study provides a good possibility to continue research and to start to use such tools in practice.</p>			
Subject headings, (keywords) Reporting, communication, customer service, analysis, customership			
Pages 57 pages + appendices 8 pages		Language Finnish	
URN			
Remarks, notes on appendices			
Tutor Terttu Liimatainen		Master's thesis assigned by Yritys Oy	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
2	PALVELU.....	2
2.1	Palvelun laatu.....	2
2.2	Palvelu käsitteenä	3
2.3	Asiakastyytyväisyys	4
2.4	Palvelun kehittäminen	6
3	TALOUSViestintä	7
3.1	Tunnusluvut	7
3.2	Tilitoimiston raportointi.....	8
3.3	Raportoinnin ja viestinnän ymmärrettävyys	11
3.4	Raportointiohje	14
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	15
4.1	Tutkimuksen vaiheet.....	15
4.2	Toimeksiantajan esittely	16
4.3	Tutkimusaineisto.....	17
4.4	Tutkimusmenetelmät	19
4.5	Analysointitekniikat ja -menetelmät.....	20
4.5.1	Varmuus	22
4.5.2	Tutkimuksen luotettavuus.....	22
4.5.3	Siirrettävyys	24
5	YRITYS OY:N ASIAKASKYSELYN TULOKSET	25
5.1	Perustiedot	25
5.2	Käytössä olevat palvelut	28
5.3	Taloudellisen tilanteen seuranta	29
5.4	Tunnuslukujen seuranta	33
5.5	Varsinais-Suomi (3) vastaukset	38
6	JOHTOPÄÄTÖKSET, TOIMENPIDESUOSITUKSET	41
6.1	Analysoinnin vaiheet	42
6.2	Tavoitteet	45
6.3	Analyyseillä johtopäätöksiin	47
6.4	Raporttien käyttö ja seuranta	49

6.5	Asiakkaiden tarpeet	54
7	LOPUKSI.....	58
	LIITE	
	1 Kyselyn tulokset	

1 JOHDANTO

Etelä-Savossa toimiva Yritys Oy tarjosi mahdollisuutta toteuttaa heidän asiakkailleen kyselyn raportoinnista. Kyselyn tarkoituksena oli kartoittaa kokonaan noin reilut 500 asiakkaalta valtakunnallisesti, minkälaista säännöllistä raportointia he kaipaisivat Yritys Oy:ltä. Asiakkailta halutaan selvittää, ovatko he tyytyväisiä nykyiseen toimintatapaan ja mistä palveluista he voisivat olla kiinnostuneita raportoinnin osalta.

Tähän asti jokaisen Yritys Oy:n asiakkaan kanssa on palvelusopimusta tehdessä sovittu erikseen, mitä raportteja heille toimitetaan. Sopimuksissa ei ole mitään yhtenäistä linjaa toimitettavista raporteista, muuta kuin se, että jokainen asiakas saa pyytämättä ajankohtaiset tuloslaskelman- ja taseraportin suoraan kirjanpito-ohjelmasta, joka on Yritys Oy:n käytössä oleva yhteinen taloushallinto-ohjelma. Jokaisen asiakkaan kanssa on erikseen sovittu muista lähetettävistä raportointitarpeista. Etelä-Savossa toimivassa tilitoimistossa tehdään myös omaa erillistä kk-raportointia asiakkaille, jossa näkyvät kaikki tärkeimmät kuukausittaiset luvut tai johon raportoidaan, jos ilmaantuu jotain huomattavia muutoksia kirjanpidossa. Käytännössä vertaillaan kahta tai useampaa kuukautta toisiinsa.

Yritys Oy haluaa selvittää asiakkaidensa nykyiset mielipiteet heidän käyttämistään raporteista ja tiedoista sekä mahdollisuudet kehittää heidän raportointijärjestelmäänsä. Kyselyn kautta tutkija tuottaa tutkimusmateriaalin, jonka pohjalta analysoidaan Yritys Oy:n asiakkaiden mielipiteet raportoinnista ja selvitetään, mistä he ovat tulevaisuudessa kiinnostuneita. Analyysin ja kyselyn pohjalta Yritys Oy:llä on mahdollisuus kehittää toimintaansa ja tehostaa eri tilitoimistojensa yhtenäisiä toimintamalleja.

Kyselyn rinnalla tutkitaan tilitoimiston yleistä viestintää asiakkaiden kanssa sekä asiakaspalvelua. Minkälaista on yleisesti hyvä tilitoimiston asiakaspalvelu ja minkälaisia viestinnän taitoja ja tietoja se vaatii. Kyselyssä voi ilmetä myös erilaisia mielipiteitä asiakaspalveluun ja viestintään liittyen mm. missä muodossa asiakkaat toivoisivat raportointia ja palautetta saavansa ja kuinka usein he sitä haluaisivat. Kyselyssä myös mitataan sitä, kuinka tärkeänä asiakkaat pitävät tietynlaisia raportteja

ja oman kirjanpitosensa seuranta. Miten suuri rooli Yritys Oy:llä on asiakkaidensa talouden suunnittelussa ja osaavatko he vastata asiakkaidensa todellisia tarpeita.

2 PALVELU

Tilitoimiston raportointi on osa toimivaa asiakaspalvelua, jolla halutaan luoda asiakkaalle positiivista kokemusta siitä, että hän saa enemmän mitä on osannut odottaa. Jotta toimiva asiakaspalvelu saadaan tukemaan raportointia, on ymmärrettävä joitain peruskäsitteitä asiakaspalveluun liittyen. Hyvä asiakaspalvelu on osa yrityksen markkinointia sekä sillä pystytään erottumaan kilpailijoista. Yritys Oy:llä on erityisen vahva osaaminen taloushallinnon palveluliiketoiminnassa. Viitaten Tytäryhtiö Oy:n teettämään Taloushallinnon tutkimukseen vuodelta 2012, jossa haastateltiin puhelimitse suomalaisten keskisuurten konsernien talousjohtajia, vastaajista 61 % ilmoitti satsaavansa raportointityövälineiden kehitykseen. Oikeilla työkaluilla ja analyysillä ulkoisen laskennan datavarastosta saadaan merkittävää lisäarvoa operatiiviseen päätöksen tekoon ja liiketoiminnan ohjeistukseen.

2.1 Palvelun laatu

Toimiva raportointi vaatii hyvää kommunikointia ja asiakaspalveluaittuitta, jolloin molemmiin puolinen luottamus pystytään säilyttämään. Kun yritysjohtajan ja palveluntuottajan välillä valitsee avoin keskustelusuhde, edellytykset erittäin korkeatasoiseen konserniraportointiin ovat varmasti olemassa. Tätä samaa ajatusta voidaan myös soveltaa pienempien pk-yritysten asiakaspalvelussa. Usein miten talousosaston vastuun siirtäminen ulkopuolisille palveluntarjoajille on yhä yleisempää ja kyselyyn vastanneista 89 % oli tyytyväisiä ratkaisuunsa. Yritykset ovat aktiivisimpia palkanlaskennan ulkoistamisessa. Lisäksi sähköisessä taloushallinnossa on se etu, että raportit saadaan toimitettua asiakkaalle reaaliajassa, eikä puolitoista kuukautta myöhässä. Tästä asiakas saa lisää arvostamaansa palvelua ja sähköiset tilitoimistot satsaavat etulyöntiaseman muihin perinteisiin kirjanpitopalveluihin tarjoaviin tilitoimistoihin verrattuna. (Toimeksiantajanyrityksen asiakaslehti 2013)

Pienten ja keskisuurten yritysten on usein vaikeaa ja kallista saada kokenutta talousjohtajan osaamista. Yritys Oy:ssä ajatellaan, että erinomaiseen palveluun

tähdätään sillä, että palveluja tarjotaan kuin itse yrittäjä tarjoisi toiselle yrittäjälle. Tilitoimistoa johtava esimies ymmärtää aidosti yrittäjien haasteita ja puhuu samaa kieltä, koska hän joutuu omassa yrityksessään ratkomaan samoja asioita. Maakuntäläheisyys on myös lähtökohtana hyvän asiakaspalvelun tarjoamisessa, vastoin sitä ajatusta, että siirrettäisiin toiminnot matalamman kustannustason maihin. Taloushallinnon ulkoistus lisääntyy koko ajan ja tähän vaikuttaa järjestelmien nopea kehitys. Pk-yritysten talousosastoissa on korkea keski-ikä eikä uusia tulijoita alalle ole paljoa. Toisaalta moni pk-yrittäjä koettaa tehdä kaiken mahdollisen itse. Aina ei kuitenkaan kannata keskittyä kaikkeen, vaan tulisi panostaa niihin osa-alueisiin, jotka kokee omina vahvuuksinaan. (Lappi 2013, Koko paletti saman katon alla.) Muut asiat voi hyvinkin ulkoistaa niihin perehtyneille asiantuntijoille. Ulkoistaminen voi olla enemmän suunta kehitykseen kuin sen hidasteena. Silloin yrittäjällä itsellään jää enemmän aikaa oikean liiketoiminnan johtamiseen. Osittain ulkoistuksen esteenä voi olla luottamuksen puute. Tällöin asiakaspalvelussa tulee satsata hyvään, rehelliseen kommunikointiin ja palveluun, jolloin murrosvaiheen jälkeen saavutetaan pitemmän ajan luottamus ja yhteistyö. Asiakkuuden elinkaarta tulee lähteä rakentamaan neljän eri vaiheen kautta, johon kuuluvat hankinta, haltuunotto, kehittäminen, säilyttäminen.

2.2 Palvelu käsitteenä

Kotrel on määritellyt palvelun seuraavasti: ”Palvelu on sellainen asiakkaalle tarjottava toiminto tai hyöty, joka on aineeton ja joka ei johda omistusoikeuteen.” Palveluun usein kuitenkin liittyy jokin tuote tai asia, jonka rinnalla palvelua tarjotaan. Tässä tapauksessa tilitoimisto tarjoaa palvelunaan raporttia, joka toimii osana palveluliiketoimintaa. Palvelut ovat yleensä aineettomia, minkä asettaa tietynlaisia vaatimuksia niiden markkinoinnissa. Asiakkaan tulee ensi kokea palvelun laatu, ennen kuin voidaan saavuttaa pitkäkestoinen asiakassuhde. Palvelun tarjoajan tulisi tarjota asiakkaalle mahdollisimman selkeät, konkreettiset ajatukset ja pääpiirteet palvelusta. Yritys Oy on esimerkiksi myyntipalvelujaan tarjotessaan antanut asiakkaalle ensimmäisen kokemuksen palvelusta pilottikokeilulla, joka on lyhytkestoinen palvelumalli, josta asiakas näkee, kuinka palvelua voitaisiin jatkossakin hänelle tarjota ja minkä hyödyn hän siitä jatkossa tulisi saamaan. Palvelun laatua ja tapaa tulee muokata sen mukaan, kenelle sitä tarjotaan. Läheskään aina palvelua ei voida tarjota jokaiselle samalla tavalla, vaan sitä tulee osata muokata asiakkaan tarpeiden ja tottumuksien mukaan. Asiakaspalvelun henkilökunnan koulutus on siis hyvin tärkeää.

(Pesonen ym. 23, 2002.) Palveluiden yhtenäistäminen ja palveluiden standardisoiminen auttavat yhtenäistämään palvelun laadun. Palveluiden paketoiminen auttaa hinnoittelussa ja kertoo enemmän asiakkaille, mitä hän on ostamassa. Yritys Oy:ssä näin on tehty jo pitkän aikaa rakentamalla erilaisia palvelupaketteja, joihin on eritelty niihin kuuluvat lisäpalvelut ja sen mukaan hinnat. Näin asiakkaat voivat tarpeiden kartoituksen mukaan valita heille sopivamman paketin. Tärkeintä tässä on juuri asiakkaan tarpeiden kartoittaminen, jolloin hänelle osataan tarjota oikean laista palvelua. Yrityksen tulee tässä tapauksessa tuntea asiakkaansa, jotta tarkempaa kartoitusta pystytään tekemään.

On tärkeää ymmärtää, ettei palveluita voida varastoida. Senpä vuoksi sen tuottaminen on jatkuva prosessi, eikä siinä voida alentaa tasoa eri vaiheissa. Palvelun on pyrittävä säilyttämään mahdollisimman muuttumattomana ja asiakkaan tyytyväisyyden voittamiseksi osattava ylittää asiakkaan odotukset. Organisaation mainetta pidetään yllä erityisesti viestinnän avulla. Näiden avulla ylläpidetään yhteistyökumppaneiden ja asiakkaiden luottamusta. On osattava kuunnella asiakasta ja osattava tarkastella hänen näkökulmastaan asioita, jolloin parhaiten tarpeet tulevat otettua huomioon. Ensimmäinen virhe tässä on tehdä ennakko-odotuksia, jolloin ei välttämättä se hiljainen viesti mene perille, mitä asiakas yrittää sanattomasti palvelun tarjoajalle kertoa. On osattava lukea rivien välistä ja ennakoitava ympäristöä niin, että pystytään varautumaan tarvittaessa odottamattomiin tilanteisiin. Lähetätkö hänelle sähköpostia, vai soittaisiko joku päivä hänelle epävarman tilanteen jälkeen ja kysyisit jälkikäteen, mitä kuuluu?

2.3 Asiakastyytyväisyys

Ihmiset haluavat mieluiten positiivisia ratkaisuja ja joskus epämiellyttävässä tilanteessa ei ole muita vaihtoehtoja kuin kertoa totuus. Mutta totuuden kertomisen lisäksi tulisi esittää ratkaisu, eikä vain esittää olemassa olevaa ongelmaa. Toimimalla niin kuin minä kerron, pääsette tästä ongelmasta eroon. Näin hyvä asiakaspalvelija osaa tarjota asiakkaalle lisäpalveluja, jolla luodaan yritykseen myös lisämyyntiä. Se on katkeamaton ketju, jota yrityksen sisällä tulisi hyödyntää. Yritys Oy:ssä olisi tehokasta saada tämä ketju toiminaan ja siihen heidän nykyinenkin liiketoimintansa pyrkii kehittymään. Olisi ihanteellista vältellä negatiivisia mielikuvia vain luettelemalla ongelmia, mieluummin esitetään niihin ratkaisuja tai korvaavia

vaihtoehtoja. Rohkeasti asiakkaan kanssa keskustelemalla saadaan selville hänen tarpeensa ja toiveensa ja voidaan esittää siihen ongelmaan auttavia ratkaisuja. Näin asiakkaan luottamus lisääntyy ja saadaan aikaan mahdollisesti pitempää jatkuva asiakassuhde.

Asiakastyytyväisyyden takaa sellainen kommunikointi, (Pesonen ym. 96, 2002)

- jossa asiakasta kuunnellaan
- jossa asiakkaan ongelmiin paneudutaan
- jossa osoitetaan palveluvalmiutta
- jossa etsitään ratkaisuja asiakkaan ongelmiin
- jossa asiat sanotaan asiakkaan kielellä ja asiakkaalle tuttuja käsitteitä käyttäen
- jossa vaihtoehtoja perustellaan asiakkaan tavoitteista ja arvomaailmasta käsin
- jonka ansiosta asiakkaan kuva yrityksestäsi asiantuntevana ja luotettavana yhteistyökumppanina vahvistuu

KUVIO 1. Asiakastyytyväisyys

Sisäinen laatutavoite yrityksessä on saavutettu silloin, kun organisaation sisäinen turhaan työskentelyn aiheuttama hävikki (työajan menetys, kasvaneet henkilöstökulut ja palveluiden laadun puutteet, jotka johtuvat huonosta tiedon kulusta ja henkilöstön puutteellisista valmiuksista ym.) on mahdollisimman pieni. (Pesonen ym. 2002, 95.) On tärkeää, että koko henkilöstö ymmärtää palveluiden tavoitteet ja osa ottaa huomioon asiakkaan tarpeet. Henkilöstön asenne on oltava kohdallaan, jotta hyvän palvelun viestiä saataisiin kulkemaan tiedostamatta eteenpäin asiakkaille. Asiakkaat pitävät hyvin tärkeänä sitä, miten vuorovaikutus palvelun tarjoajan kanssa toimii. Kaikki yrityksen työntekijät, jotka ovat tekemisissä asiakkaiden kanssa, luovat kuvaa asiakaspalvelun laadusta. Heidän tulee olla asiantuntijoita ja asiakkaan on luotettava heidän ammattitaitoonsa. Asiakkaan on sopeuduttava yrityksen toimintatapoihin ja tekniikkaan. (Pesonen ym. 2002, 45.) Vuorovaikutukseen liittyvät myös taloushallinnon tuottamat raportit, joita asiakas lukee yhdessä kirjanpitäjän kanssa tai

kirjanpitäjä ohjeistaa kirjallisesti asiakasta tulkitsemaan raportteja. Asiakkaan kiinnostus on saatava heräämään viestinnässä.

2.4 Palvelun kehittäminen

Palvelun ja asiakaspalvelun kehittämiseksi olisi hyvä tehdä erikseen ryhmä- tai tiimikohtaisia toimintamalleja, joiden tarkoituksena on syventää asiakkuuksien palvelua. Hyvän palvelun lisäksi tämän tarkoituksena on kasvattaa lisämyyntiä. Olemasta olevista asiakkuuksista voitaisiin tiimikohtaisesti eritellä segmentteihin, joiden avulla yrityskohtaisesti pystytään rakentamaan toimivia toimintamalleja, joita kaikki tiimiin kuuluvat yhtenäisesti hoitaisivat. Asiakkaat ja heidän tarpeensa tulisi tunnistaa ja tästä joukosta määritellään mahdolliset palveluja vaihtavat tai poislähtevät asiakkuudet. (Mäntyneva 2003, 26.) Todennäköisyysmallin tarkoituksena on havaita ajoissa riskitekijät, jotta asiakkaiden tyytyväisyyteen voidaan reagoida jo ennen kuin he irtisanovat sopimuksensa ja vaihtavat tilitoimistoa. Näin resursseja voidaan lähteä jakamaan sen mukaan, mihin asiakkuuksiin tulisi panostaa enemmän ja mistä voitaisiin olla jopa valmiita luopumaan esimerkiksi huonon kannattavuuden vuoksi.

Muutoksen asiakkaan ostokäyttäytymisessä voivat olla merkki mahdollisesta aikomuksesta vaihtaa tilitoimistoa. Näihin pieniin merkkeihin pitäisi olla mahdollisuus havaita, että kirjanpitäjät olisivat niin hyvin ajan tasalla asiakkaan ostokäyttäytymisestä, jotta nämä piilevät merkit voidaan havaita. Asiakkaiden uskollisuus ja asiakassuhteiden kesto saadaan panostamalla asiakastyytyväisyyteen ja asiakkuuksien säilyttämiseen liittyviin toimiin. Asiakkaan pysyvät uskollisina kun heidän pidetään aktiivisina ja ovat tietoisesti yrityksen asiakkaina. Passiiviset asiakkaat helpoiten vaihtavat palvelun tuottajaa, vaikka käyttävätkin jatkuvasti palveluja samalla tavalla. (Mäntyneva 2003, 22).

Johdon lisäksi työntekijöillä tulisi olla vahva tuntemus asiakkaistaan. Ei vain riitä, että johdolla on ymmärrys asiakkaidensa tarpeista, vaan tieto tulisi välittyä myös työntekijöille, jotka ovat oikeasti tekemisissä asiakkaiden kanssa. Tiimikohtaiset yhteenvedot asiakkuuksien kannattavuudesta tulisi myös informoida koko yrityksen sisällä, jotta osataan ryhmitellä kannattavat ja ei kannattavat asiakkuudet. Asiakkaiden potentiaalisuutta tulisi tarkastella niin, että tunnistetaan, mitkä asiakkuudet kannattaa säilyttää ja niistä hyödynnetään potentiaali, kun joidenkin osalla on parannettava

kannattavuutta, jotta asiakkuudet kannattaisi säilyttää. (Mäntyneva 2003, 23.) Kun profilointia ruvetaan hyödyntämään heti alusta alkaen, on asiakkaiden ostokäyttäytymisen seuranta yksinkertaisempaa.

3 TALOUSViestintä

Mitä taloudellisia tunnuslukuja ja raportteja voitaisiin käyttää ja mitä valittaisiin tärkeimmiksi? Kyselyn vastausten pohjalta voidaan laatia asiakkaita eniten kiinnostavia tunnuslukuja ja lisätä niitä asiakkaan toiveesta kuukausiraporttiin mukaan. Niiden oikeanoppinen laskeminen vaatii kuitenkin ammattimaisuutta.

Taloudellisen näkökulman mittareina pidetään tiettyjä tunnuslukuja, joita ovat maksuvalmius, vakavaraisuus ja kannattavuus. Näitä mittaamalla voidaan määritellä, miten yrityksen taloudellinen tilanne kehittyy. Yritys Oy:llä ei ole olemassa asiakkailleen yhtenäistä mallia näiden kannattavuuslukujen esittämisestä, mutta tarkoituksena on kertoa tarkemmin näiden tunnuslukujen sisällöstä ja merkityksestä yrityksen talouden mittareina.

3.1 Tunnusluvut

Maksuvalmiutta analysoidaan yleisesti quick ratio- ja current ratio –mittareilla. Quick ratio lasketaan siten, että rahoitusomaisuus ilman osatuloutukseen saamisia jaetaan lyhytaikaisilla veloilla ilman ennakkomaksuja. (Partanen 2007, 282.) Toimintaa mitataan tuloksien mukaan, joiden avulla määritellään tulosta. Yrityksen maksuvalmius on tällöin hyvällä tasolla, kun mittarin arvo on suurempi kuin yksi. Jos tuloksen arvo on alle 0,5, maksuvalmius on heikko. Current ratio lasketaan seuraavasti: rahoitusomaisuus + vaihto-omaisuus / lyhytaikainen vieraspääoma. (Paranen 2007, 282.) Tässä arvona yli kahden tarkoittaa hyvää suoritusta ja alle yhden jäävää tulos heikkoa tilannetta. Molempia tunnuslukuja voidaan käyttää eri toimialojen vertailemisessa, mutta joissakin current ratio voi olla todellisuutta paremmin kuvaava tietyillä toimialoilla.

Vakavaraisuutta on mitattu omavaraisuusasteella. Suositusten mukaan yli 40 % omavaraisuusaste on hyvällä tasolla ja alaraja. Nettovelkaantumisasteen mittaaminen

on yleistynyt ja se lasketaan seuraavasti: $100 * (\text{korolliset velat} - \text{likvidit rahavarat}) / \text{omat varat}$. (Partanen 2007, 282.) Myös suhteellisella velkaantuneisuudella voidaan analysoida kilpailuseurannassa pääomarakennetta. Se mitä laskentakaavoja yrityksissä käytetään, pitäisi sopia asiakkaan kanssa, jotta tulokset saataisiin kuvamaan mahdollisimman realistisesti olemassa olevaa talouden tilannetta.

Kannattavuuden mittareina käytetään erilaisia katteita euromääräisesti tai suhteellisesti. Käyttökate ja käyttökateprosentti sekä nettotulos ja nettotulosprosentti antavat hyvän kuvan yrityksen varsinaisen liiketoiminnan tuloksellisuudesta. (Partanen 2007, 282.) Toiminnan ohjaamisessa kannattavuuden mittareina käytetään pääoman tuottotasetta (ROI). Viime vuosina omistajanlisäarvon kehittämisen voimistuttua myös taloudellisen lisäarvon (EVA) mittaaminen on yleistynyt. Ajatuksellisesti taloudellinen lisäarvo edustaa jäännöskatetta (RI). (Partanen 2007, 282.)

Niitä tunnuslukuja, joita valitaan yrityksen taloudellisen tilanteen kuvaavaan raporttiin, tulisi olla sellaisia, että ne voidaan myös asettaa realistisesti yrityksen tavoitteiksi. Pääoman tuoton mittaamisella tavoitellaan kannattavaa toimintaa resurssien tehokkaan käytön tuloksena. (Partanen 2007, 283.) On siis määriteltävä, mitkä ovat yrityksen tavoitteet ja mitä osa-alueita asiakas haluaa lähteä kehittämään. Mistä löytyisi parannettavaa ja onko yrityksen strategiassa joitain tiettyjä osa-alueita, jotka vaikuttavat suuresti joihinkin tunnuslukumittareihin. Taloudelliset mittarit usein kannustavat tulospaannuksiin lyhyellä tähtäyksellä ja samalla myös pitkän tähtäimen tuloksiin tulisi kiinnittää huomioita.

3.2 Tilitoimiston raportointi

Toimiva talousviestintä vaikuttaa positiivisesti yrityksen taloudelliseen menestykseen ja tässä tilitoimistopalveluilla on tärkeä rooli tuomalla omalla osaamisellaan arvoa palveluillaan. Mitä lisäpalveluja Yritys Oy:llä on tarjota asiakkailleen perus tilitoimistopalvelujen rinnalle? Voisiko konsernin sisäisesti hyödyntää toimivassa viestinnässä vaikka sen Tytäryhtiöiden palveluja taloushallinnon viestinnässä vai saisiko Yritys Oy rakennettua tilitoimistojen verkostolleen sopivat työkalut yksinkertaiseen ja toimivaan raportointiin, joka toisi heidän tuotteelleen lisäarvoa kilpailijoihin verrattuna. Yritys Oy:n tilitoimistoilla on ollut käytössä myös muita

ulkopuolisia raportointiin tarkoitettuja ohjelmia, jotka ovat olleet monen mielestä käyttäjäystävällisempiä kuin nykyisen kirjanpito-ohjelman tarjoamat raportointipalvelut. Tarkoitus ei varmaankaan ole kokonaan korvata kirjanpito-ohjelman raportteja, vaan keventää ja opettaa asiakkaita seuraamaan ensiksi perusraportteja, jonka jälkeen heidän osaamisensa ja kommunikoinnin kehittyessä pystytään tarjoamaan yhä laajempia ja syventäviä raportteja.

Tarkoitus ei ole korvata controllerin laajuisia palveluja, vaan yksinkertaisella raportoinnilla voitaisiin tuoda asiakkaalle lisäarvoa Yritys Oy palveluihin, joka kuvastaisi koko palveluliiketoiminnan mallia luoda asiakkaalle enemmän asiakaskohtaista palvelua, joka ei välttämättä tarkoita sen suurempia tekoja, kuin että kirjanpitäjä on säännöllisesti yhteydessä, eikä toimi vain numeroiden tuottajana, vaan haluaa oikeasti ohjata asiakastaan päätöksen teossa ja saada hänelle varmuutta liiketoimintansa tilanteesta. Toimiva talousviestintä synnyttää vuorovaikutusta, joka vaikuttaa positiivisesti yrityksen taloudelliseen menestymiseen. (Partanen 2007, 19.) Saavutettu luottamus tulisi pyrkiä säilyttämään.

Talousinformaatio saattaa usein johtaa vain lyhytkatseisiin suunnitelmiin ja kokonaisuuden hahmottaminen pidemmälle aikavälille jää pienemmälle huomiolle, jolloin päätökset eivät tue riittävän hyvin pitkän tähtäyksen taloudellista menestymistä. Erilaiset tuotetut raportit tulisivat olla ytimekkäitä ja kiinnittää johdon huomio kriittisiin menestystekijöihin. Tehokas kommunikointi edellyttää vastaanottajan huomiointia ja selkeää viestintää, jossa argumentointitaidot ovat avainasemassa. (Partanen 2007, 21.) Taloushallinnon asiantuntijoilla pitäisi tuotetun numeraalisen tiedon lisäksi osata viestiä asiaansa ymmärrettävästi ja huomioitava asiakkaansa tapa ottaa tietoa vastaan. Talousviestinnässä tulisi ottaa huomioon erilaiset päätöstyylit, minkälainen raportointitapa saa aikaiseksi toivotun tuloksen. Informaatio tulkitaan aina aikaisempien kokemusten, omaksuttujen käsitysten ja tilanteesta muodostetun kuvan perusteella. Lisäksi ihmisen persoonallisuus vaikuttaa merkittävästi siihen, miten informaatiota päätöstilanteessa käytetään. (Partanen 2007, 138.) Päätöksentekotyylejä Partanen mukaan ovat.

TAULUKKO 1. Päätöksentekotyylit

harkitseva	muodostavat käsityksensä olennaisimmaksi katsomansa tiedon perusteella ja pyrkivät tekemään päätökset harkiten, mutta verrattain nopeasti.
havaitsevat	pyrkivät kartoittamaan laajasti kaikki erilaiset tekijät, joilla on merkitystä päätöstilanteessa.
intuitiivinen	Yhdistelee eri lähteistä saamiaan tietoja innovatiivisella tavalla, ja pyrkii luomaan talousinformaation pohjalta omakohtaisen käsityksen eri tekijöiden yhteisvaikutuksesta.
aistihavainto- orientoitunut	kiinnittää huomion yksityiskohtiin ja kyseenalaistaa herkästi laskelmien luotettavuuden, jos havaitsee niissä pieniäkin epätarkkuuksia
emotionaalinen	luottaa syntyneeseen näkemykseen tilanteesta. Käyttää laskelmia testaamaan ajatusmallinsa toimivuutta.
ajatteluorientoitunut	edellyttää päätöksenteon tueksi runsaasti faktatietoja ja pohtii toimenpiteiden syy-seuraussuhteita analyttisesti
määrätietoinen	pyrkii hyödyntämään mahdollisimman täsmällisesti ja selkeästi esitettyjä informaatiota muodostaakseen vain yhden ratkaisuvaihtoehdon, johon voi sitoutua
joustava	intuitiivinen, tilanteiden erityispiirteet huomioon ottava ongelmaratkaisutapa, jossa muodollista informaatiota on käytössä verrattain vähän.
visionäärinen	Luovuus ja synteesien tekeminen korostuvat. Informaatiolähteistä saatuja tietoja yhdistellään ja erilaisia näkemyksiä arvioidaan toisiinsa suhtauttaen.
muodollinen	käyttää runsaasti yksityiskohtaista informaatiota, jota analysoi huolellisesti.

Kun taloushallinnon asiantuntija hallitsee ja tunnistaa erilaiset päätöksentekotyylit, voi hänellä olla paremmat mahdollisuudet saada viestinsä läpi ja johtaa yrityksen liiketoimintaa positiiviseen suuntaan, jolloin johdolle tuotettu hyöty auttaa tilitoimiston positiivisen imagon kasvattamisessa. Tilitoimistolla ei tietenkään ole vastuuta siitä, mihin tulokseen asiakas lopulta päätyy. Ainoastaan tarjotaan relevanttia taloustietoa siitä, missä mennään ja tarkemmat toimenpide-ehdotukset jätetään yrityksen sisäisen johdon päätettäväksi.

Monesti tuotettu tieto voidaan kuitenkin torjua asiakkaan ja kirjanpitäjän välille tulevilla esteillä. Esteenä tai väärin tulkitseminen voivat johtua monista omista henkilökohtaisista syistä, jos esimerkiksi talousraportin saava henkilö torjuu saadun tiedon, jos hän pitää sitä epämukavana tai viestin lähdettä epäluotettavana. Odotukset voivat myös erota todellisuudesta ja tiedot ovat ristiriidassa viestin kanssa. Sosiaalinen torjunta tapahtuu vuorovaikutustilanteessa, jossa esimerkiksi viestijän asenteet ja arvot tai sosiaalinen asema ja rooli eroavat merkittävästi vastaanottajan vastaavista. (Partanen 2007, 21.) Tilitoimiston rooli on kuitenkin lähinnä tuottaa asiakkaalleen tarvittavaa tietoa ja auttaa tiedon tulkitsemisessa, joten asiakas saa reagoida tuloksiin haluamallaan tavalla. Asiakkaan luottamus annettuihin tietoihin olisi kuitenkin tärkeää saavuttaa, jotta asiakas saataisiin käyttämään raportteja myös muussa yrityksen viestinnässä ja markkinoinnissa, josta olisi näkyvästi hyötyä raportteja tuottaneelle tilitoimistolle sen statuksen nostattajana.

3.3 Raportoinnin ja viestinnän ymmärrettävyys

Olisi ihanteellista, kun talousraportointia voitaisiin tehdä mahdollisimman neutraalisti, että asiakkaan yrityksen sisällä toimiva talousjohtaja tai controller voisi käyttää sitä suurempien analyysien ja informaation tuottamiseen. Kun luvuista informaatiota rakentava asiantuntija on yrityksen sisällä, on hänellä suuremmat vuorovaikutustaidot ja paremmat mahdollisuudet saada viestiä toivotulla tavalla eteenpäin ilman, että kirjanpitäjän tarvitsee käyttää suhteessa enemmän aikaa erilaisten tulkintojen tekemiseen. Monesti kuitenkin Yritys Oy:n asiakkaat ovat sen verran pienempiä pk-yrityksiä, ettei heillä ole erikseen talousjohtajaa tai controlleria, jolloin itse toimitusjohtaja toimii talousviestinnän tulkitsijana sekä välittäjänä. Tietoa pitäisi pystyä tuottamaan niin, että ilman suurempaa taloushallinnon koulutusta asiakas pystyisi tekemään peruspäätelmiä yrityksensä taloudellisesta tilanteesta. Taloushallinnon keskeisenä haasteena on tuottaa informaatiota niin, että eri asiantuntijaryhmät näkevät sen merkityksen oma työnsä kehittämisessä ja pystyvät taloudellisen informaation avulla keskustelemaan toiminnan kehittämismahdollisuuksista yhteismitallisesti ja toistensa kannat ymmärtäen. (Partanen 2007, 23).

Talouden raportoinnissa on tärkeää huomioida riittävästi viestin vastaanottajan tietämystä taloushallinnon asioista. Viesti pitäisi muotoilla niin, että se olisi ymmärrettävissä, sisäistettävissä, muistettaisiin ja osattaisiin siirtää käytäntöön. Jo hyvin yksinkertaisesti tulkittavissa taulukoista olisi hyötyä, josta asiakas näkisi heti, mikä on hänen tilanne nyt, mikä on kehitys ja mihin suuntaan tulisi mennä ja millä keinoilla se olisi tehtävissä. Kirjanpitäjän tehtävä ei ole suoraan vaikuttaa asiakkaan liiketoimintaan, mutta tarkoitus on antaa hänelle sellaista raportointia, jota asiakkaan yrityksen sisällä olevat viestijät voivat hyödyntää yrityksen sisäisessä viestinnässä ja vaikuttamisessa. Raporteissa tulisi olla tarvittavat ohjeet asetettuna tunnuslukujen taakse, jolloin asiakkaan olisi helpompaa porautua tunnuslukujen taakse. Talousinformaation tarkoitus on kiinnittää huomio kassavirtoihin, tulokseen, kannattavuuteen, rahoituksen riittävyyteen, pääoman tuottoon. Jotta tieto olisi mahdollisimman tehokkaasti hyödynnettävissä, tulisi raportin vastaanottajalla olla edellytykset liiketoimintaosaamiseen ja kykyä nähdä kokonaisuuksia (Partanen 2003, 27).

Ehkä suurin rooli Yritys Oy:llä raportoinnin suhteen olisi ongelmien ennakointi. Tilanteet muuttuvat yhä nopeammin, jolloin säännöllinen raportoinnin ja lukujen seuraaminen on yhä tärkeämmässä roolissa alati muuttuvassa yritysmaailmassa. Asiakkaalla on jatkuvasti tarvittavat tiedot saatavilla ja kirjanpitäjä voi luvuilla osoittaa yrityksen kipupisteitä, joihin johto voi kiinnittää huomioita ja muuttaa toimintatapaansa. Raportoinnin avulla voitaisiin tehostaa yrityksen liiketoiminnan valvontaa ja asiakkaan toiveesta voidaan esimerkiksi asettaa jonkinlaisia rajoituksia, joiden muuttuessa asiakkaalle informoidaan tärkeimmistä tunnuslukumuutoksista. Näin asiakas pääsee pohtimaan toimintatapaansa ja kokee saaneensa jo ennakoivaa informaatiota, josta syntyy itsessään arvokasta palvelua asiakkaan suuntaan, ilman että Yritys Oy:n tarvitsee kirjanpitäjien työajalla merkittävästi siihen panostaa. Kun toimintatapa säännöllisessä raportoinnissa vakiintuu, voi työmäärää resurssien mukaan ruveta hiljalleen lisäämään asiakkailta, jolloin he kokevat sen kaiken vaivan arvoiseksi. Muutos on varmasti hidasta ja vaatii vielä pitkään tutkintaa ja kokeiluja, ennen kuin säännöllistä raportointia voitaisiin ottaa mukaan kirjanpitäjien työnkuvaan valtakunnallisella tasolla kaikilla Yritys Oy:n tilitoimistoasiakkailla. Lyhyt kestoiset pilottikokeilut voisivat olla kokeilun arvoisia kun raportointipalveluja lähdetään kehittämään.

Taloudellisen informaation tulisi erityisesti kohdistua niin tekijöihin, jotka synnyttävät lisäarvoa. Talousinformaatiolla on parhaimmillaan erittäin olennainen rooli piilokustannuksia aiheuttavan toiminnan tehottomuuden ja päällekkäisten toimintojen tunnistamisessa. (Partanen 2007, 29.) Kuukausiraportin kommenttiosuudessa tulisi keskittyä yhdestä kolmeen ydinviestiin, jotka hahmottavat kuukauden kokoaanistilanteen ja jättävät halutun mielikuvan. Viesti ei saisi kuitenkaan olla jatkuvasti samankaltaista, jolloin viestin merkitys ja huomio puuroutuu johdon silmistä ja olennainen tieto jää selvittämättä. Taloushallinnon raportointi edustaa neutraalia, objektiivista kuvausta yrityksen tuloksesta ja taloudellisesta tilanteesta, jonka ominaisuuksiin liitetään faktapohjaisuus, luotettavuus, objektiivisuus, täsmällisyys, olennaisuus, varmistettavuus, johdonmukaisuus, vertailtavuus ja uskottavuus (Partanen 2007,31).

Kun raportointimalleja kehitetään, on lain määrittämät pykälät otettava huomioon, jotka koskevat mm. tilinpäätösraportointia. Olisi todella kohtalokasta, jos asiakas ei voisi hyödyntää julkisesti saamiaan tuloksia sijoittajilleen tai ylimmälle johdolleen faktatietona. Tämä heikentäisi yrityksen luotettavuutta sekä tuotetuilla raportit menettäisivät kokonaan merkityksensä. Kirjanpitäjän tuottamat raportit kuitenkin olisi hyvä pitää sen verran suppeina, että asiakas ainoastaan hahmottaisi niistä kokonaiskuvan ja voisi sen pohjalta itsenäisesti etsiä lisää tietoa sekä ruveta tutkimaan yksityiskohtia laajemmin ja pyytää erikseen tuottamaan tarkempaa talousinformaatiota, mikäli ei kykene sitä sisäisesti yrityksessään tekemään.

Lopulta voi olla vaarana sekin, että asiakas hukutetaan tietoon kun raportoidaan säännöllisesti olennaiseksi koettua tietoa, jota esitellään muistioina, raportteina ja sähköpostiviestien liitteinä ja erilaisina dokumenttimuotoina. Asiakkaalle annettavan tiedon käyttökelpoisuutta, sopivuutta ja saatavuutta tulisi tarkastella objektiivisesti. Olisi osattava nähdä, mikä tieto on asiakkaalle oleellisinta ja miten onnistutaan käytännössä tiedon välittämisessä. Yleisesti hyvän talousviestinnän tunnusmerkkejä ovat, että raportointi on relevanttia, ymmärrettävää, luotettavaa, ajankohtaista ja esitystavaltaan selkeää. Informaation tuottamisessa ja välittämisessä merkittäviä ohjaavia periaatteita ja tavoitteita ovat kustannustehokkuus, prosessien nopeus ja oikea-aikaisuus sekä tiedon hallinta (Partanen 2007, 39.) Yritys Oy:lle olisi hyödyllistä saada sovittua yhtenäisistä raportointikriteereistä eli miten vaikka kannattavuuden laskemiseen kaavoja käytetään ja mitä tilejä siihen otetaan mukaan.

Tällä vältytään siltä, että joku oikaisi tietoa ottamalla mukaan sellaisia vähennyskelpoisia eriä, jotka muuttavat tulosta ohjailevasti raportin tuottajan haluamaan muotoon. Tarkoitus ei ole antaa asiakkaalle sitä miellyttävää informaatiota sen vuoksi, että asiakas pysyisi tyytyväisenä, vaan tarkoitus on palvella häntä oikean mukaisella, objektiivisesta näkökulmasta tuotetulla informaatiolla, jonka seurannasta ja tiedostamisesta on asiakkaalle hyötyä yrityksen liiketoiminnan kehityksessä.

3.4 Raportointiohje

Raportoinnissa esitystavan tulisi olla mahdollisimman selkeä. Periaatteessa kaiken olennaisimman tiedon pitäisi mahtua yhdelle A4-arkille ja siihen sisälletty informaatio pitäisi olla ymmärrettävää. Ymmärtävyyttä tulee ajaa sillä, että raportin tuottaja osaa kiinnittää raportin vastaanottajan oikeisiin pääkohtiin ja herättää kiinnostusta talousasioista, että osapuolikin ymmärtäisi lisätä omaa tietoisuuttaan ja osaamistaan tarvituista taloushallinnon termeistä ja raportointikaavoista. Kun asiakasta osataan ns. ”johdatella” etsimään oikeaa tietoa, hän oppii jatkossa myös yhä pienemmällä vaivalla yhdessä kirjanpitäjän kanssa tulkitsemaan raporteja. Kirjanpitäjä voi raporteissa tarjota lyhyitä ohjeita ja vihjeitä raportin tulkitsemiseen, joka herättäisi raportin vastaanottajan etsimään omatoimisesti lisää tietoa. Raportoinnin tuottamiseen ja asiakkaan kanssa analysoimiseen pitäisi mennä yhtä paljon aikaa tasapuolisesti. Jos suhde on sellainen, että 80 % raportoinnissa menee tiedon tuottamiseen ja 20 % jää analysoimiseen ja hyödyntämiseen, jää odotetusti raportoinnin tuottama arvo osittain hyödyntämättä.

Rullaavalla suunnittelulla saadaan rakennettua jatkuvaa suunnittelua yrityksen toiminnan menestymisestä ja tuloksesta sekä taloudellisen aseman päivitystä. Budjeteilla ei juuri ole merkitystä, jos ne eivät vastaa toimintaolosuhteita. Siinä on selkeänä etuna, että markkinamuutosten vaikutukset tulevat otettua huomioon tavoitteenasettelussa. Tietenkään kaikkiin trendien muutoksiin ei voida suoraan luottaa, mutta yhä enemmän ja nopeammin muuttuva globalisaatio vaatii yhä herkempää reagointia yritykseltä, jotta sen liiketoiminta säilyisi ikäviltä yllätyksiltä ja resursointia voidaan muuttaa tarpeen mukaan.

Taloushallinnon ja raportoinnin ulkoistaminen vaatii sähköistymistä. Raportointiprosessien kehittäminen ei onnistu ilman tietojärjestelmien hyödyntämistä.

Raportointilukujen taakse pääseminen lisää informaation havainnollisuutta ja hyötykäyttöä. (Partanen 2007, 382.) Raportoiminen on mahdollista toteuttaa yhä nopeammin ja reaaliaikaisemmin, joka helpottaa kykyä reagoida markkinamuutoksiin. Raportointimenetelmät yleistyvät yhä enemmän itsepalveluna eli tieto rakennetaan valmiina järjestelmiin syöttämällä sinne luvut ja ne ovat siellä tiettyyn määräaikaan mennessä katsottavissa. Jokainen hakee tiedon yhteisestä tietokannasta. Kukin käyttäjä voi tarkastella perusraporteista haluamiaan tietoja ja tehdä halutessaan lisäanalyysyjä tai muokata tiedon esitysmuotoa mieleisekseen. Standardoidut toimintamallit mahdollistavat tiedon hallinnan paremman toteuttamisen. (Partanen 2007, 381.) Kun rutiinitöitä helpotetaan ja yksinkertaistaan, helpottuu myös räättälöityjen raporttien laadinta tuoden niille lisäedellytyksiä.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimustyö aloitettiin jo kesällä 2012 tekemällä tutkimussuunnitelma ja aihe annettiin syventävän työharjoittelun jatkoksi. Kun alustava suunnitelma ja aikataulu oli rakennettu, aloitettiin kyselyä varten kysymyksien rakentaminen. Kysymyksiä mietittiin siltä pohjalta, mitä Etelä-Savossa toimivalta Yritys Oy:ltä oli harjoittelun aikana opittu ja sen jatkoksi osattiin tarkentaen muokata kysymyksiä juuri Yritys Oy:n asiakkaille. Kysymyksissä on otettu myös huomioon Yritys Oy:n käytännöt valtakunnallisella tasolla. On myös pyritty pohtimaan kysymykset niin, että lähes kuka tahansa asiakkaiden yrityksen sisällä talousasioista ajalla oleva voisi niihin vastata ilman taloushallinnon koulutusta. Näissä asioissa luotettiin toimeksiantajan asiakkaiden tuntemukseen ja näkemykseen siitä, miten kokettiin asiakkaiden ymmärtävän kyselyn rakenteen ja kieliasun.

4.1 Tutkimuksen vaiheet

Tutkimusongelman aineisto kerättiin kyselylomakkeen avulla, joka lähetettiin Yritys Oy:n noin 470 asiakkaalle, joista 90 vastasi tähän kyselyyn kahden viikon aikana kolmen muistutusviestin jälkeen. Kyselyn vastausten määrä on suhteessa pieni (alle 30 %), joten mahdollinen laadullinen analyysi voisi olla paikallaan. Vastaajista 25,56 % oli pääkaupunkiseudun lähialueilta Uudestamaasta ja suurin osa 41,11 % vastaajista oli Etelä-Savosta. Lisäksi kyselyn tiimoilta moni oli jättänyt yhteydenottopyynnön,

jonka avulla voitaisiin tuottaa lisätutkimustietoa olemalla yhteydessä näihin henkilöihin ja selvittämällä heidän tarpeitaan. Kyselyn aineistoa kerätään myös taloushallinnon kirjallisuudesta ja lehtiartikkeleista.

Kysely toteutettiin Yritys Oy:n viestinnälle sopivalla tavalla sähköisesti rakentaen siihen tarkoitetun ohjelmiston avulla ja lähetettiin asiakkaille linkitettynä sähköpostiviestin yhteydessä. Kyselyyn oli aikaa vastata kaksi viikkoa ja sinä aikana lähetettiin kolme muistutusviestiä vastaajamäärän kasvattamiseksi. Tulokset koottiin yhtenäiseksi raportiksi, jotka kerrotaan ensin hyvin neutraaliin sävyyn. Tämän pohjalta aloitettiin tekemään rakentamaan tarkempaa analyysiä kyselystä Yritys Oy:n tarpeita ajatellen. Opinnäytetyön ammattikorkeakoulun ohjaaja vastaa ja valvoo raportin tekemistä ja tarkastaa myös kyselyn tulokset, onko tuloksista osattu etsiä ja esittää oikeat johtopäätökset. Myös toimeksiantajalla on oma osuutensa tarkastella ja analysoida kyselyn aineiston tuloksia.

Kyselyn tueksi pyritään löytämään mahdollisimman kattava lähdemateriaali, jonka avulla luodaan faktatietoa analysointien rinnalle. Tarkastellaan tutkimusongelmaa kokonaisuutena, eikä vain pelkästään Yritys Oy:n asiakkaiden näkökulmasta. Kuinka yleisesti tilitoimiston tulisi tuottaa raportointia ja kuinka asiakkaat saisivat sen mahdollisimman tehokkaasti käyttöönsä ja osaisivat hyödyntää sitä oman yrityksensä kirjanpidossa sekä talouden suunnittelussa. Mitä tärkeitä vaiheita on otettava huomioon analysointia tehdessä ja miten kyselyn pohjalta voidaan lähteä jatkamaan kehitystyön rakentamista.

4.2 Toimeksiantajan esittely

Tällä hetkellä Yritys Oy:lla ei ole yhtenäistä kantaa raportoinnissa, vaan jokainen toimisto toimii itsenäisenä tilitoimistona saman tilitoimistoverkoston alla. Kyselyllä on tehtävänä selvittää asiakkaiden toiveet sekä tarpeet, joiden pohjalta Yritys Oy voi itse kehittää omaa raportointiaan ja mahdollisesti sopia valtakunnallisesti yhtenäisistä raportointikäytännöistä sekä käytettävistä lomakkeista. Opinnäytetyö toimii tutkimusmateriaalin rakentajana, jonka pohjalta suuremmat analyysit asiantuntijaryhmät kykenevät tekemään.

Toimeksiantaja Yritys Oy toimii valtakunnallisella tasolla ja sen käytössään on yhteinen sähköinen kirjanpito-ohjelma, joka mahdollistaa taloushallintopalvelujen ulkoistuksen. Ulkoistuksella on tällä hetkellä kysyntää kirjanpidossa, palkanlaskennassa sekä talousraportoinnissa. Raportoinnille on odotettavasti kysyntää ja asiakkailta saatu signaalit viittaavat siihen, että jonkinlaista yhtenäistä linjaa raportointiin kaivattaisiin. Jos Yritys Oy voisi tarjota kaikille tilitoimistoilleen yhtenäisen raportointipaketin, voisi sitä markkinoida Yritys Oy:n asiakkaille tarvittavana lisäpalveluna.

4.3 Tutkimusaineisto

Seuraavaksi käsitellään teoriaa siitä, millainen lähestymistapa sopii opinnäytetyöhön ja mitä menetelmää on valittu käytettäväksi tutkimusaineiston tai kehittämistehtävän pohjatiedon keräämiseen ja miksi. Mitä eettisiä näkökohtia kannattaisi pohtia, eli miten tulisi toimia hyvän tieteellisen käytännön mukaisesti. Kuinka tutkimuksen tulokset todetaan pitäviksi ja mitkä ovat sen kriteerit?

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistoa kerätään monipuolisemmin kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa ja aineisto on usein tekstimuotoista. Aineisto voi olla tutkimusta varten kerättyä tai muuta tarkoitusta varten tuotettua kirjallista, kuvallista tai äänimateriaalia. Kirjeet, päiväkirjat ja omaelämäkerrat ovat tyypillisiä kvalitatiivisen tutkimuksen tutkimusaineiston keräysaineistoja. (Heikkilä 2010, 17.) Laadullisen tutkimusaineiston kerääminen tai hankkiminen kuulostaa hyvin monipuoliselta ja hauskalta tavalta saada aineistoa ja tarjolla olevan aineiston pohjalta voi valita tai rajata tutkimuksen kohdetta. Määrällisessä tutkimuksessa ensiksi selvittää tutkimusongelma, jonka pohjalta ruvetaan keräämään aineistoa ja esimerkiksi luomaan kyselyn kysymyksiä, jotta tarvittava tieto saataisiin koottua.

Kysymykset ovat vaihtelevasti vaihtoehtokysymyksiä, monivalintakysymyksiä, vapaita tekstiosuuksia sekä arviointikysymyksiä 1–4 asteikolla. Tässä tutkimusaineistossa on pyritty välttämään liian paljon vapaita kenttäosuuksia, koska monesti niiden analysoiminen vie enemmän aikaa ja menee liikaa kvaliteettiseen tutkimusmenetelmään, kun ajatuksena on kuitenkin toteuttaa enemmän nojaten kvantitatiiviseen tutkimukseen, jotta tieto olisi mahdollisimman relevanttia ja määrällisesti mitattavissa. Kvalitatiivista tutkimusta kuitenkin löytyy, jota vapaat

tekstikentät tekevät ja vastausvaihtoehtoja joutuu keräämään ja analysoimaan. Antamalla mahdollisimman kattavat ja valmiit vastausvaihtoehdot, on tulosten kerääminen ja lataaminen raportointiohjelmaan yksinkertaisempaa kuin lukea jokainen tekstikenttä erikseen. Näin myös tutkijalla on yksinkertaisempi mahdollisuus esittää tuloksia toimeksiantajalle.

Eettisiä näkökohtia tulee esille opinnäytetyössä salassapitovelvollisuudessa. Tutkija saa käyttöönsä runsaan määrän Yritys Oy:n asiakkaiden yhteystietoja, joita tutkijalla ei ole lupa käyttää muuhun tarkoitukseen kuin kyselyn lähettämiseen. Myös turvallisuussyistä kysely lähetettiin menemään asiakkaille Yritys Oy:n toimistolla suoraan heidän omalla työkoneellaan, jotta asiakastietoja ei tarvitse lähettää tai siirtää kotikoneelle tai koulun tietokantaan. On myös hyvä muistaa, ettei kyselytuloksia tule julkistaa esim. kilpailijoille suoraan, vaan tulokset tulee esitellä yleisellä tasolla, jotta ei yrityksen kilpailukyky tai asema heikkenisi. Raportissa on käytetty neutraaleja nimityksiä puhuttaessa tutkimuksen toimeksiantajasta nimittämällä tätä Yritys Oy:ksi ja kaikkia siihen kuuluvia sidosryhmiä tai johtohenkilöiden henkilöllisyyttä ei myöskään paljasteta. Tutkimuksen lähdeaineistoa ei voida kokonaisuudessaan paljastaa, koska siihen kuuluu Yritys Oy:n internetsivut sekä heidän sisäinen viestintälehti. Kyselyn tuloksissa on tarkat paikkakunnat jätetty mainitsematta ja vastaajien sijainti kerrottu maakunnittain, jotta yritystä ei voitaisi profiloida näiden avulla.

Tutkimusmateriaalin pohjalta tarkastellaan viestinnän keinoja tilitoimistoissa, kuinka asiakkaat saisivat toivomaansa tietoa mahdollisimman ymmärrettävässä muodossa. Monesti tilitoimiston asiakkaiden on vaikea ymmärtää, mitä kirjanpitäjä haluaa raporteillaan kertoa, jolloin henkilökohtaisten tapaamisten tärkeys usein korostuu. Tutkija pyrkii selvittämään Yritys Oy:lle, mitä viestinnän ja raportoinnin keinoja suositeltaisiin käytettäväksi, jotta heidän asiakaspalvelunsa toimisi mahdollisimman tehokkaasti. Ajankäytön kannalta viestinnän mahdollisuudet ovat haastavia, sillä kirjanpitäjien olisi hyvä kyetä lyhyisiin, selkeälukuisiin raportteihin säännöllisesti muiden töidensä ohessa ilman, että heistä tuntuu siltä, että se olisi kovin aikaa vievää. Raportointiviestinnän tulisi olla mutkatonta ja yksiselkoista.

4.4 Tutkimusmenetelmät

Seuraavaksi esitetään tuotetun tutkimusaineiston tutkimusmenetelmiä, luotettavuutta ja muuta tutkimukseen sekä analysointiin käytettävää teoriaa. On hyvä tiedostaa käytössä olevat menetelmät, jotta tutkimuksen tulokset saataisiin mahdollisimman objektiivisesti esitettyä eikä tutkimuksen tuloksen vääristyisi odotettujen mielikuvien perusteella. Tutkijan tulee antaa aina lukijalle havainnollista tietoa siitä, miten tieto on tuotettu ja miten tuotettu tulkinnaksi. Eli kertoa miten tutkimus on tehty, miten tuotettu materiaali on tarkastettu ja arvioitava eri organisaatioiden vaikutusta tutkimustuloksiin. Samoin tutkimuksen luotettavuutta on arvioitava kriittisesti, jotta siihen perustuvia johtopäätöksiä voidaan arvioida sen mukaan, mihin tutkimuksen ja analysoinnin tulokset viittaavat. Raportissa tulee antaa mahdollisimman selkeä kuva arvioidakseen tutkimusta ja pohtiakseen sen taustalla piileviä ratkaisuja. Menetit ja ratkaisut kaikkeen tuotettuun tietoon on tutkimuksessa erityisen olennaista sen luotettavuuden kannalta. (Metsämuuronen 2010, 62.)

Kyselyssä analysoidaan 90 vastaajan tuloksia eniten tilastollisesti, eli tarkkailen sitä, mitä suurin osa vastaajista on vastausvaihtoehdoista valinnut. Eniten laadullisia menetelmiä käytetään tarkkailtaessa, mitkä tekijät ovat voineet vaikuttaa vastaajien vastausvaihtoehtojen valintaan. Kyselyn tuottamaa tutkimusmateriaalia esitetään vertaillen myös muihin samankaltaisiin tutkimuksiin tai tietolähteisiin, joista voin päätellä, onko tuloksilla päästy samoihin johtopäätöksiin, kuin yleisellä tasolla näistä raportointiasioista saatetaan olettaa. Mielenkiintoisinta olisi löytää jokin muu tilitoimiston raportointia tutkiva kysely ja tarkastella siinä olevia vastauksia, johtavatko ne samoihin ennakoiviin tuloksiin. Tutkija esittää yleiset linjat raportoinnista ja niiden tarpeellisuudesta, joita Yritys Oy tulee tarkemmin tutkimaan ja analysoimaan.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta ei voi useinkaan arvioida yhtä selkeiden kriteereiden avulla kuin määrällistä tutkimusta. Laadullisessa tutkimuksessa tutkimuksen luotettavuutta kuvaavat käsitteet saavat usein erilaisia tulkintoja verrattuna määrälliseen tutkimukseen. Laadullisessa tutkimuksessa tutkija joutuu luotettavuuden näkökulmasta pohtimaan sellaisia kysymyksiä kuin uskottavuus, tutkimusraportin ja tulosten vakuuttava kirjoittaminen ja selityksen uskottavuus, aineiston rikkaus ja värikkyys, käsitteiden selkeys ja tutkijan oma rooli tutkimuksessa.

Laadullisen tutkimuksen yksi keskeinen luotettavuutta kohentava tekijä on tutkijan kirjoittama tarkka ja vaihe vaiheelta etenevä tutkimusraportti.

Tutkimusaineistoa analysoidaan monella eri tavalla. Kysymyksissä, joissa on annettu valmiit vastausvaihtoehdot, tulkitaan eniten valittujen vaihtoehtojen perusteella, että ne ovat asiakkaiden eniten käyttämiä palveluja tai kiinnostuksen kohteita. On myös tarkasteltava sitä, miten pienten ja suurempien paikkakuntien vastaukset eroavat toisistaan tai onko henkilöstön lukumäärällä vaikutusta vastauksiin. Laadullisissa kysymyksissä on määritellyt asteikot 1–4, jonka avulla määritellään asiakkaiden mielipiteet, ovatko he täysin eri mieltä vai täysin samaa mieltä vai jotain siltä väliltä. Tutkimus vastausten perusteella voidaan rakentaa kehittämismahdollisuuksia ja vertailla, mitä näistä yleisesti taloushallinnon alalla suositellaan. Kyselyn sisältämät avoimet vastausosuudet analysoidaan lukemalla rivien välistä. Jos huomataan, että jokin asia toistuu usein avoimissa vastauksissa, otetaan se tarkemmin huomioon tuloksia analysoidessa.

4.5 Analysointitekniikat ja -menetelmät

Analysointitekniikat on jaettavissa kahteen pääryhmään: kvantitatiivisiin ja kvalitatiivisiin menetelmiin. Kvantitatiivista menetelmiä euroineen ja määrineen on niiden hyvän mitattavuuden vuoksi suosittava mahdollisimman pitkälle. Strategiset kysymykset ovat usein luonteeltaan laadullisia, ja numerot eivät pysty kuvaamaan näitä ilmiöitä. Numerot eivät kerro, mitä niiden takana on. Ne saattavat kertoa, miten asiat ovat, mutta eivät kerro, miksi asiat ovat tietyllä tavalla. Numerot tulisikin nykyistä useammin nähdä tiedon hankintavaiheena, ja varsinainen analysoinnin tulisi purettua numeroiden takana oleviin ilmiöihin (Kamensky 2012, 121.) Arvioita tehdessä pyritään objektiivisuuteen ja tiivistämään tuloksia niin, että kokonaiskuva on helposti havaittavissa.

Analyysitekniikoissa tulisi suosia apuvälineitä, jotka auttavat kokonaisuuksien ja näkemyksen hahmottamisessa. Kvantitatiivisissa analyyseissä tällaisia työkaluja ovat esimerkiksi tunnusluvut, joissa puristetaan useita asioita yhteen ja nähdään usean asian keskinäistä riippuvuutta. Erilaiset visuaalisuutta lisäävät tekniikat ovat suositeltavia. Niitä tulisi käyttää erityisesti tilanteissa, joissa on tärkeä nähdä asioiden keskinäisiä vuorovaikutussuhteita. (Kamensky 2012, 121.) Kyselyn tulokset kootaan

yksinkertaiseen Excel-taulukoon tunnuslukujen kanssa. Näistä on helposti nähtävissä kyselyn tulokset ja tehdä erilaisia johtopäätöksiä. Lisäksi raportin mukana olevat taulukot helpottavat tuloksien tulkittavuutta ja lukijan on mukavampi silmäillä tutkimusaineistoa samalla seuraten taulukoita kuin lukien kuvailevaa tekstiä.

Kyselyssä on käytetty paljon sitä tekniikkaa, että kysymyksiin on asetettu vastausvaihtoehdot. Kuitenkin on myös aina mahdollisuus valita ”joku muu, mikä” -vaihtoehto, joka antaa tilaa myös vapaudelle, eikä vastaaja ole aivan kokonaan johdateltavissa. Valmiit kysymykset voivat olla vääriä, mutta toisaalta kysymyslistat voivat tuoda esiin hyvin kiperiä pulmia, jotka muuten jäisivät pohtimatta. Ihmisillä on taipumus asettaa itselleen sellaisia kysymyksiä, joihin heillä on vastaukset valmiina. Näin saadaan helposti oikeita vastauksia, mutta väärin kysymyksiin (Kamensky 2012, 122.) On pystyttävä tekemään päätelmiä ja toimenpide-ehdotuksia, jotka johtavat uusiin asioihin tai uusiin toimintatapoihin.

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta ja selittämään sen käyttäytymisen ja päätösten syitä. Siinä rajoitutaan yleensä pieneen määrään tapauksia, mutta ne pyritään analysoimaan mahdollisimman tarkasti. Selvittämällä kohderyhmän arvot ja asenteet tai tarpeet ja odotukset saadaan tarpeellista tietoa kehitystä varten. Laadullisessa tutkimuksessa aineiston kerääminen on joustavampaa kuin määrällisessä, joka voi olla kirjallista, kuvallista tai vaikkapa äänimateriaalia. Tutkija voi kerätä aineistoa tekemällä myös havaintoja. (Heikkilä 2010, 16.) Kyselyssä avoimet tekstikentät edustavat laadullisen tutkimuksen näkökulmaa, jolloin tietoa kerätään tietyllä tapaa havannoimalla. Tulosten perusteella kuitenkin avointen vastauskohtien analysointi jää hyvin vähäiseksi, sillä asiakkaat ovat kyselyssä vastanneet hyvin suppeasti avoimiin kysymyksiin. Valmiit vastausvaihtoehdot ovat helpottaneet tätä mahdollisuutta.

Laadullisesti analysoidaan kyselyä siinä vaiheessa kun tutkijan pitää tilastollisissa vastauksissa arvioida vastaajien taustoja ja arvoja, miltä paikkakunnalta vastaaja on tai kuinka monen henkilöstön yritys on kyseessä ja kuinka nämä taustatiedot vaikuttavat vastaajan mielipiteisiin. Lisäksi asiantuntijan tulee arvioida omasta näkökulmastaan kysymyksien laatua ja onnistumista tutkimustuloksien tuottamisessa. Onko onnistuttu rakentamaan juuri oikeanlaiset kysymykset ja ovatko vastaajat ymmärtäneet sen mitä

on haettu. Jos vastaukset ovat hyvin ristiriidassa kysymyksien kanssa, on asiantuntijan arvioitava kyselyn onnistumisen asteikkoa.

4.5.1 Varmuus

Haluamattaan tutkija saattaa asettaa joitakin odotuksia tutkimuksen suhteen. Analyysityössä on tosin oltava olettamatta mitään tuloksia, koska ne voivat verhota oikean vastaukset oletuksien alle, jolloin kyselyn oikeat tulokset jäävät havaitsematta. On pyrittävä helikopteriperspektiivissä pysymiseen, jotta tulokset saataisiin kaivettua kyselystä niiden oikeassa merkityksessä. Odotuksena oli, että useampi olisi vastannut kyselyyn, joten 90 vastaajan määrä jäi odotettua pienemmäksi. Suurin osa vastaajista oli Etelä-Savosta, joten tuloksia tulee tulkita kriittisesti, jos niitä meinataan esimerkiksi yleistää pääkaupunkiseudun päätöksentekoon tai toiminnan kehittämiseen. Toki suuntaan antavana sitä voidaan käyttää.

Tutkijan omat tiedot ja taidot kyselyä rakentaessa ovat varmasti laajemmat kuin monilla vastaajilla, joten kysymyksien pohtiminen niin, että maallikkokin osaisiin niihin vastata, oli todella haasteellista, mutta toisaalta toivottiin taloushallinnon ammattilaisten vastaavan kyselyyn. Mutta ennakko-oletuksena ei voida päättää, että kaikki vastaajat ovat taloushallinnon ammattilaisia, vaan vastaajien joukossa voi olla myös tavan yrittäjiä, jotka ovat jättäneet koko taloushallintopuolen omaan osaamiseensa varaan. Oli myös pohdittava sitä, miten yrittäjien omat tiedot ja taidot vaikuttavat kyselyn rakenteeseen, jotta he löytäisivät oikeat vastaustavat ja vaihtoehdot, jotta kyselystä saataisiin mahdollisimman realistista tietoa.

4.5.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen tavoitteena on etsiä ratkaisuja asetettuihin kysymyksiin tai ongelmiin ja tuottaa tietoa, joka on luotettavaa ja relevanttia suhteessa tutkimuskohteeseen. Tutkija joutuu aina tutkimuksen eri vaiheissa pohtimaan tekemiään valintoja ja sitä, millä tavoilla hän tavoittaa parhaan todellisuutta koskevan ymmärryksen tai selityksen. Tuloksien ja analysointien tulisi olla mahdollisimman hyödyllisiä toimeksiantajalle ja pitää miettiä, missä valossa asioita esittää. On hyödynnettävä sitä tietoa ja materiaalia, mikä on käytettävissä, mutta osoitettava tietynlaista kriittisyyttä aina tutkimustaan kohtaan tietyin ehdoin.

Tieteellisen tutkimuksen tavoitteena on saada mahdollisimman tosia tai oikeita tuloksia. Tutkimuksessa pyritään välttämään virheellisiä tuloksia. Tutkimuksen tulosten kannalta on tärkeää osoittaa, että erilaiset mittavälineet, esimerkiksi kyselylomake, jonka avulla aineiston on kerätty, on mitannut sitä, mitä se on laadittu mittamaan. Näin saadut tulokset eivät perustu vain sattumaan. Validiteetti kuvaa, missä määrin on onnistuttu mittaamaan juuri sitä mitä pitikin mitata. Kyselytutkimuksissa siihen vaikuttaa ensisijaisesti se, miten onnistuneita kysymykset ovat eli voidaanko niiden avulla saada ratkaisu tutkimusongelmaan. (Heikkilä 2010, 47.)

Luotettavuuden ja uskottavuuden kannalta on oleellista myös se tapa, miten kirjoitamme tutkimusraportin ja miten kykenemme perustelemaan tehdyt ratkaisut. Tutkijan on kirjoitettava tutkimusraportissaan riittävällä tarkkuudella se, mihin tehdyt ratkaisut ja valinnat perustuvat tutkimusprosessin eri vaiheissa. Etenkin laadullisessa tutkimuksessa aineiston sekä tulosten luotettavuus riippuu siitä, kuinka hyvin ne vastaavat tutkittavien tarkoittamia merkityksiä ja kuinka hyvin tutkija kykenee tiivistämään aineistoa ja nostamaan aineistosta esille keskeiset käsitteet. Käsitteiden epäselvyys laadullisessa tutkimuksessa heikentää tutkimuksen luotettavuutta. Hyvän laadullisen ja määrällisen tutkimusraportin tulee sisältää samoja asioita. Raportin perusteella lukijan on saatava käsitys siitä, miten tieto on hankittu ja miten luotettavaa se on. (Metsämuuronen 2000, 62.)

Mittauksen reliabiliteetti määritellään kyvyksi tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Tutkimuksen sisäinen reliabiliteetti voidaan todeta mittaamalla sama tilastoyksikkö useampaan kertaan, jolloin tulokset tulisi olla samat. Ulkoinen reliabiliteetti tarkoittaa sitä, että mittaukset ovat toistettavissa myös muissa tutkimuksissa ja tilanteissa. Tutkijan tulee antaa aina lukijalle havainnollista tietoa siitä, miten tieto on tuotettu ja miten tuotettu tulkinnaksi. Eli miten kertoa miten tutkimus on tehty, miten tuotettu materiaali on tarkastettu ja arvioitava eri organisaatioiden vaikutusta tutkimustuloksiin. Lukijalle tulee antaa mahdollisimman selkeä kuva arvioidakseen tutkimusta ja pohtiakseen sen taustalla piileviä ratkaisuja. Menetelmät ja ratkaisut kaikkeen tuotettuun tietoon on tutkimuksessa erityisen olennaista sen luotettavuuden kannalta.

4.5.3 Siirrettävyys

Kysely voitaisiin teetättää uudestaan, mutta vastaukset voisivat muuttua sen mukaan, miltä paikkakunnilta ihmiset vastaavat ja mikä on vastausprosentti. Kysely on suhteellisen kapeahko ja sen tuloksia tulisi käyttää hyvin harkitusti laajemmissa mittakaavoissa ulkopuolisiin tarkoituksiin. Kysely on toteutettu palvelemaan lähinnä Yritys Oy:n tarpeita. Ainoastaan jos jokin asia toistuu useaan kertaan monessa eri lähteessä, voidaan siitä tehdä yleistys. Kyselyn perusteella voidaan yleistää Yritys Oy:n asiakkaille sopivilla asioilla, mutta esimerkiksi kaikki eivät sovellu jokaisen tilitoimiston käyttöön. Tulosten yleistäminen vaatisi suurta vastausprosenttia ja se olisi toteutettava valtakunnallisessa mittakaavassa ja samankaltaisia tutkimuksia tulisi toteuttaa useampaan kertaan, että tulokset voitaisiin yhtenäistää.

Tutkimuksen toistettavuuden mahdollisuus on yksi tärkeä kriteeri kun arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta. Periaatteessa tulokset tulisivat olla jokseenkin samansuuntaiset ja havainnot toistettavissa, jos tutkimus toteutettaisiin uudestaan. Tuloksiin tulisi vaikuttaa mahdollisimman vähän tutkijan omat arvot ja mielipiteet. Näin ulkopuolisilla ei ole mahdollisuutta kiistää tutkimuksen tuloksia. Täysin kirjaimellisesti ei kuitenkaan toistettavuutta voida tulkita, sillä yrityksetkin ja tutkimuksen kohteet voivat muuttua ja kehittyä vuosien saatossa, jolloin tutkimustilanne voi olla erilainen – suuryrityksissä erityisesti. Yhteiskuntatieteissä on harvoin mahdollista valita selkeästi parasta teoriaa, joten periaatteessa koko havainnointiprosessi rakentuu eri tavoin tutkimus tutkimukselta (Koskinen ym. 2005, 258).

Menetelmäkirjallisuudessa tutkimuksen luotettavuutta, etenkin määrällisen tutkimuksen, kuvataan käsitteillä reliabiliteetti ja valideetti. Tutkimuksen reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten toistettavuutta. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksen tekijän tulee osoittaa, että hänen tutkimuksensa tulokset eivät ole syntyneet sattumavaraisesti. Tutkimuksen validiteetti tarkoittaa tutkimusmenetelmän tai esimerkiksi kyselylomakkeen kykyä mitata juuri sitä, mitä sen on tarkoitettu mittamaan. (Heikkilä 2010, 29.) Tutkimustulosten tulee antaa totuudenmukainen kuva tutkimuskohteesta eli tässä tapauksessa Yritys Oy:n asiakkaista ja kyselyyn vastaajista. Oleellista on myös se, miten tutkija on onnistunut käsitteen rajauksessa ja määrittelyssä.

Kyselyssä tutkija pyrkii mahdollisimman vähän lisäämään omia mielipiteitään tai oletuksiaan kyselyn vastauksien syiden perustelemiseksi. Tulisi tarkastella kriittisesti tarkkaan, miten asiakkaat ovat vastanneet kysymyksiin ja ovatko he ymmärtäneet kysymyksen sisällön. Pyrkimyksenä on onnistua tuottamaan kyselyssä sellaisia kysymyksiä, jotta vastaajien olisi helpompi valita valmiista vastausvaihtoehdoista, kuin kirjoittaa vastaukset avoimiin tekstikysymyskenttiin. Vastausvaihtoehtoja on pyritty antamaan mahdollisimman laajalti, jotta vastausvaihtoehtojen avulla ei pyritä ohjailemaan vastaajien mielipiteitä, vaan heillä on rehellisesti mahdollisuus vastata niin kuin haluaisivat.

5 YRITYS OY:N ASIAKASKYSELYN TULOKSET

Tutkimuksen tulokset on laadittu kyselyn antamien tulosten perusteella ja näistä on lähdetty rakentamaan yksinkertaisia toimenpide-ehdotuksia Yritys Oy:lle, josta heidän omat asiantuntijaryhmänsä voivat jatkaa työtään. Tulokset on esiteltynä erikseen numeraalisesti vain tilastoja kerraten ja myöhemmin tarkennetaan analyysijä sekä kiinnitetään huomiota päätuloksiin. Seuraavaksi käsitellään, mitkä ovat olleet odotettuja tuloksia ja mitkä odottamattomia tuloksia. Tulokset on ryhmitelty tutkimusongelmittain ja niihin annetaan kyselyn tuloksilla suora vastaus. Prosenttiosuudet ja taulukot auttavat lukijaa tulkitsemaan tuloksiaan ja helpottavat tekstin luettavuutta. Tuloksiin liittyviä ongelmia pohditaan tarkemmin analysoinnissa, jossa myös osa jää asiantuntijoiden varaan sillä perusteella kuinka relevanttina he kyselyn tuloksia pitävät ja kuinka laajalti organisaation sisällä niitä päätetään hyödyntää.

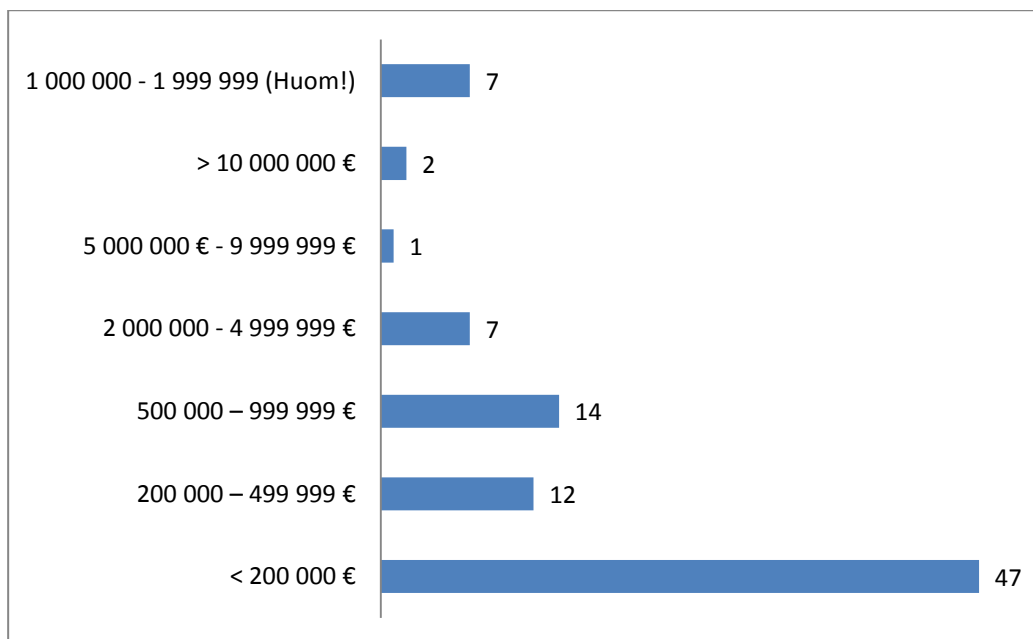
5.1 Perustiedot

Kysely lähetettiin 499:lle Yritys Oy:n asiakkaalle ja heistä 90 vastasi tähän eri puolelta Suomea. Vastaajista yhteensä 41,11 % oli Etelä-Savon alueelta. Pääkaupunkiseudulta vastaajia sen sijaan osallistui 25,56 %. Eniten vastaajia oli Etelä-Savo (2):n asiakkaista, mikä erottui kyselyn vastaajista selvästi 27 vastauksien määrällä. Useimmista kaupungeista vastaaja-asiakkaita oli korkeintaan 1–8.

TAULUKKO 1. Vastausten määrä maakunnittain

Espoo (1)	4
Espoo (2)	1
Helsinki (1)	1
Helsinki (2)	2
Helsinki (5)	5
Uusimaa (a)	1
Uusimaa (b)	1
Uusimaa (c)	5
Vantaa (2)	3
Kanta-Häme (1)	2
Etelä-Savo (1)	7
Etelä-Savo (2)	27
Etelä-Savo (3)	3
Kainuu	2
Päijät-Häme	2
Pirkanmaa	2
Pohjanmaa	1
Pohjois-Pohjanmaa (1)	4
Pohjois-Savo	8
Satakunta	1
Varsinais-Suomi (2)	1
Varsinais-Suomi (3)	7
Yhteensä	90

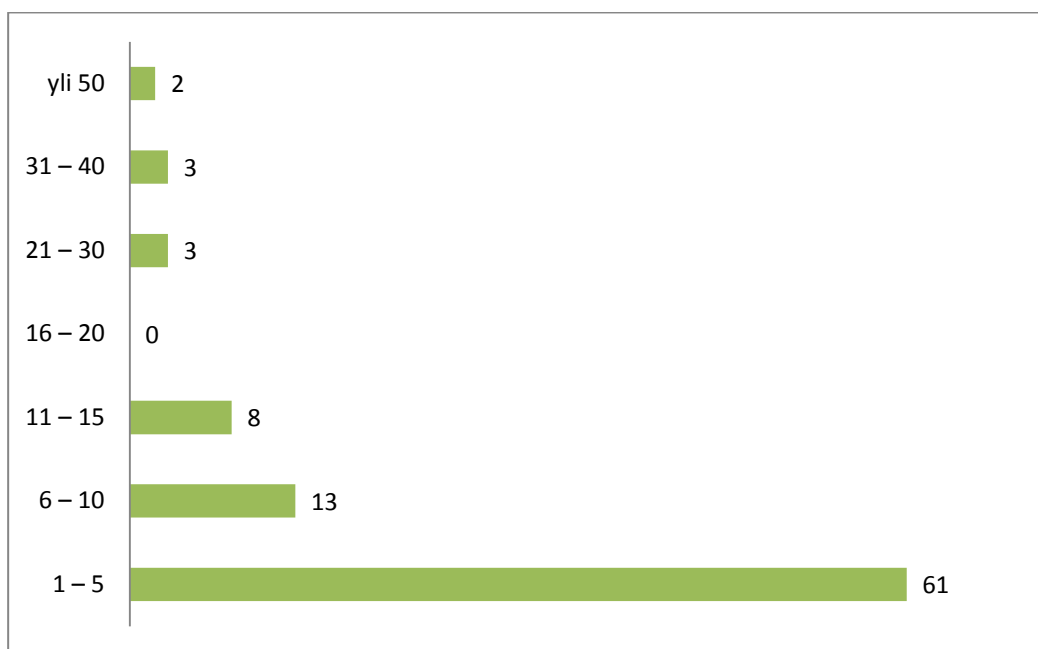
Espoo (3), Espoo (4) ja Espoo (5) asiakkaista ei tullut ainuttakaan vastausta kyselyyn. Helsingin (1), Pohjois-Karjala (1), Pohjois-Karjala (3), Uusimaa (e), Pohjois-Karjala (2) , Uusimaa (d), Varsinais-Suomi (1) , Lapista ja Vantaalta (1) ei tullut yhtäkään vastausta kyselyyn. Mukana oli Yritys Oy:n aluetoimistoista yhteensä kaikki noin reilut 30 tilitoimistoa. Etelä-Savon (2) jälkeen Pohjois-Savosta ja Etelä-Savo (1) olivat vastaajakannan kärjessä. Tarkat vastaajamäärät kyselyyn on nähtävissä liitteessä raportin lopussa, jossa on raportoitu kaikki kyselyn tulokset. Ohessa olevasta taulukosta on nähtävissä ne maakunnat, joista oli osallistujia kyselyyn.



KUVA 1 Liikevaihtoluokka

Kyselyn alussa tiedusteltiin vastaajien liikevaihdon kokoluokkaa sekä henkilöstön lukumäärää, joiden mukaan pystytään arvioimaan, minkä verran yrityksen kokoluokka voi vaikuttaa vastauksien tulokseen. Suurin osa vastaajista, 52,22 % heistä kuului seitsemästä eri liikevaihtoluokasta kaikista pienimpään eli alle 200 tuhatta euron liikevaihtoluokkaan. Heitä oli yhteensä noin 47 vastaajaa. Vastaajista 13,33 % eli tarkemmin eriteltynä 12 kuului liikevaihtoluokan 200 000–499 999 luokkaan. 14 kyselyyn osallistujista oli 500 000–999 999 euron koisia yrityksiä, joita vastaajista oli 15,56 %. Myös 2 000 000–4 999 999 euron luokkaan kuuluvia oli vastaajissa 7 vastaajaa eli 7,78 %. Yksi vastaaja oli 5 000 000–4 999 999 euron luokassa ja seuraavat luokat yli 10 000 000 euron luokkaan kuului kaksi ja 1 000 000–1 999 999 luokkaan kuului seitsemän vastaajaa. Alussa kun kysely lähetettiin, saatiin heti palautetta, että vastausvaihtoehdoista puuttui 1000 000–1 999 999 euron luokka, joka korjattiin lisäämällä vastausvaihtoehto muiden perään erityisellä huomio merkinnällä, koska vaihtoehto ei ollut loogisessa paikassa koko luokka järjestyksessä muiden vastausvaihtoehtojen kanssa. Siitä vaikuttiko tämä vastauksiin, ei osata kertoa.

Henkilöstölukumäärältään vastaajat edustivat enemmistönä 1-5 henkilöstön luokkaa, joista vastaajista oli 61 asiakasta eli 67,8 % koko vastaaja määrästä. Kyselyssä 6-10 henkilöstöä omaavaa yritystä oli vastaajista 14,4 % eli tarkemmin 13 vastaajaa, 11–15 henkilöä työllistävää hieman vähemmän eli seitsemän henkilöä. Lukumäärältään 16–20 työntekijään ei kuulunut ainuttakaan vastaajaa.



KUVA 2 Henkilöstön määrä

Organisaation henkilöstön lukumääriin 21–30 ja 31–40 kuului molempiin kolme vastaajaa ja yli 50 työntekijää omaavaa yritystä oli vastaajista kaksi. Vastaukset ovat siis suurimmaksi osaksi pienempien yritysten mielipiteitä ja suuryritysten vastaukset voivat olla joko samankaltaisia kuin pienilläkin, mutta niitä ei tässä kyselyssä ole mahdollista eritellä. Tarkoituksena olisi löytää kaikkia tyydyttävä ratkaisu, joka voitaisiin saada palvelemaan valtakunnallisesti kaikkia Yritys Oy:n tilitoimistoja alla olevia tilitoimistoyrittäjiä palveluidensa kehittämisessä.

5.2 Käytössä olevat palvelut

Vastaajista 89 jatkoi vielä kyselyyn vastaamista ja kertoi, mitä Yritys Oy:n palveluvaihtoehtoja heillä on käytettävissä. Vaihtoehtoina olivat kirjanpito, sisältäen osto- ja myyntireskontran sekä palkanlaskennan, pelkkä kirjanpito (perinteinen malli) ja jokin muu, mikä? Vastaajista valtaosa 73,03 % oli valinnut ensimmäisen vastausvaihtoehdon, kirjanpidon osto- ja myyntireskontralla sekä palkanlaskennan, joita oli 65 yritystä. Perinteinen kirjanpito tarkoittaa paperista kirjanpitoa, jossa asiakas toimittaa joko sähköpostitse tai paperilla tositteensa kirjanpitäjälle, oli vastaajista 21 yrityksellä eli 23,60 %:lla. Kolme asiakkaista oli vastannut viimeiseen ja tarkentanut, että yhdellä oli vain kirjanpito ja palkanlaskenta, toisella ei mitään ja kolmannella kirjanpito, palkanlaskenta ja viranomaisilmoitukset. Jos saisin muotoilla

vastausvaihtoehtoja uudestaan, lisäksi tai tarkentaisin sinne enemmän vastausvaihtoehtoja Yritys Oy:n erilaisten palvelupakettien mukaan, joita heillä on erilaiset räätälöidyt kapeammat kirjanpito- ja palvelupaketit tai työmäärien mukaan jaoteltu kvartaali- tai vuosipaketit.

5.3 Taloudellisen tilanteen seuranta

Seuraavaksi kysymyksessä viisi, haluttiin tietää se, että kuinka moni vastaajista seurasi talouden tilannetta itse suoraan Yritys Oy:n yleisesti käyttämästä kirjanpito-ohjelmasta, jonka perusajatuksena on se, että yrittäjät voivat seurata yrityksen kirjanpitoa reaaliajassa kuin katsoisi verkkopankkia ja näin olla ajan tasalla kirjanpitotapahtumista. Kaikkiaan 84,27 % vastaajista eli 75 yritystä on seurannut tilannetta itse kirjanpito-ohjelmasta, yhdeksän eli vain 10,11 % vastaajista ei ole seurannut itse, mutta saa tarvittavat raportit kirjanpitäjältään. Neljä vastaajista ei ole seurannut talouden tilannetta itse, mutta haluaisi saada raportteja kirjanpitäjältä. Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että ei halua raportteja kirjanpitäjältä eikä ole itse seurannut talouden tilannetta.

Tämän viidennen kysymyksen jälkeen vastauksien perusteella kysymyksen järjestys vaihtuu riippuen siitä, minkä vastausvaihtoehdon vastaaja on valinnut. Näin haluttiin tutustua kysymyksen määrää vastaajille sopiviksi ja tarkentaa heille tarkoitettuja asioita, joista olemme kiinnostuneita. Ne 75, jotka vastasivat, että ovat seuranneet itse suoraan kirjanpito-ohjelmasta taloudentilannetta, hyppäsivät suoraan järjestyksessä seuraavaan olevaan kysymykseen kuusi, jossa esitettiin kolme eri väittämää liittyen kirjanpito-ohjelmasta saataviin raportteihin. Käydään ensiksi heidän mielipiteensä läpi.

Ensimmäinen väittämä kysymyksessä kuusi kuului seuraavasti: ” *Kirjanpito-ohjelman kautta saadut raportit ovat hyödyllisiä*”. Väittämä sai keskiarvokseen 3,62 kun vastaajia tähän oli 74 ja vertailuasteikko oli 1-4, jossa 1 oli täysin eri mieltä, 2 osittain eri mieltä, 3 osittain samaa mieltä ja 4 täysin samaa mieltä. Yksi vastaajista oli tähän jättänyt kommentin, että kirjanpito-ohjelmassa on *suppea valikoima – puuttuu aivan perusraportteja*. Toinen väittämä oli, että ”*kirjanpito-ohjelman kautta saadut raportit ovat selkeitä ja helposti ymmärrettävissä*”, vastasi kaikki 75 ja antoivat tälle keskiarvoksi 3,29. Vastaajista 28 oli antanut arvosanan neljä, 41 antoivat kolme, eli

olivat osittain samaa mieltä ja kuusi vastaajista oli osittain eri mieltä. Kommenttina tähän oli annettu, että ”Asettelu hölmö. Kokonaissummat tulisi olla ryhmän alla ei päällä.” Tarkemman taulukon kysymyksen vastauksista on nähtävissä monisivuisessa liitteessä. Viimeinen väittämä kuului ”Osaan hyödyntää itse kirjanpito-ohjelman tarjoamia raportteja”. Tähän jälleen kaikki 75 ottivat kantaa ja arvosanaksi saatiin 3,28 eli osittain samaa mieltä. Yksi vastaajista oli täysin eri mieltä väittämän kanssa, seitsemän oli osittain eri mieltä, 37 osittain samaa mieltä ja 30 täysin samaa mieltä.

Kysely

Seuraavaksi esitämme teille väittämiä, jotka arvostellaan 1-4 asteikolla.
(1 Täysin eri mieltä, 2 osittain eri mieltä, 3 Osittain samaa mieltä, 4 Täysin samaa mieltä)

Valitkaa mielipidettänne vastaava luku. Lisätkää tarvittaessa kommentti.

Olen seurannut talouden tilannetta itse kirjanpito-ohjelmasta:

Jos vastaatte johonkin kohtaan vähemmän kuin 3, kertokaa miksi.

		1	2	3	4
Kirjanpito-ohjelman kautta saadut raportit ovat hyödyllisiä	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjanpito-ohjelman kautta saadut raportit ovat selkeitä ja helposti ymmärrettävissä	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osaan hyödyntää itse kirjanpito-ohjelman tarjoamia raportteja	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

KUVA 3. Näkymä 6. kysymyksestä vastaajille

Mukana oli myös kommentti, että ”Ei koulutusta ja tietoa miten raportit saadaan ulos”. Väittämään oli tullut kysymysluontoinen kommentti: ”Osaan kyllä seurata tuloslaskelmaa ja tasetta. Onko siellä myös muita raportteja.” Tässä voitaisiin tarkentaa, että raporteilla tarkoitettiin sellaisia raportteja, joita tiedustellaan tarkemmin kyselyn lopussa, kuten kannattavuutta tai maksuvalmiutta. Jostain syystä avoimiin kommentteihin vastaajat olivat vain merkinneet numeroita, vaikka niihin olisi kaivattu vapaita kommentteja väittämiin liittyen, mutta tässä voitaisiin pohtia, oliko kysymyksen rakenne jotenkin vaikeasti ymmärrettävissä. Ohessa olevassa kuvassa 1

on kuvankaappauksella otettu havainnoiva näkymä kyseisen kysymyksen ulkoasusta vastaajille.

Vastaajat, jotka vastasivat aikaisemmin viidennen kysymyksen kohdalla, että eivät ole seuranneet itse kirjanpito-ohjelmasta talouden tilannetta, mutta saavat raportit kirjanpitäjältä hyppäsivät kuudennen kysymyksen yli ja vastasivat kysymykseen seitsemän, jossa esitettiin väittämiä kirjanpitäjältä saatuihin raportteihin. Näihin saatiin vastaus kahdeksalta asiakkaalta. Tässä käytettiin samaa arvosteluasteikkoa kuin edellisessä eli 1-4, joista 1 on täysin erimieltä ja 4 täysin samaa mieltä.

TAULUKKO 2. Saan raportit kirjanpitäjältä

	1	2	3	4	Yhteensä	Keskiarvo
Mielestäni raportit ovat hyödyllisiä	0	1	4	3	8	3,25
Mielestäni raportit ovat selkeitä ja helposti ymmärrettävissä	0	2	3	3	8	3,13
Mielestäni raportit ovat tarpeellisia	0	1	4	3	8	3,25
Mielestäni raportit ovat riittäviä	1	0	4	3	8	3,13
Mielestäni erilaisia raportteja on ollut tarjolla tarpeeksi	2	0	3	3	8	2,88
Kommentit kuukausiraporteilla ovat riittäviä	0	1	4	3	8	3,25
Tahtoisin saada enemmän henkilökohtaista raportointia	0	2	3	3	8	3,13
Yhteensä	3	7	25	21	56	3,14

Ensimmäinen väittämä oli, että mielestäni raportit ovat hyödyllisiä. Vastaajista yksi oli osittain eri mieltä, neljä osittain samaa mieltä ja kolme oli täysin samaa mieltä. Vastaajia oli pyydetty kirjoittamaan kommentti, jos vastasivat vähemmän kuin kolme, että kertoisivat miksi ovat antaneet kriittisen arvosanan, mutta näihin väittämiin kukaan ei ollut jättänyt vapaata kommenttia vastauskenttiin. Näkymä kyselyssä oli samanlainen kuin kysymyksessä kuusi, jossa oli väittämiä itse kirjanpito-ohjelmasta seuranneilla. Kokonaiskeskiarvo ensimmäiselle väittämälle annettiin 3,25. Mielestäni raportit ovat selkeitä ja helposti ymmärrettävissä saivat arvosanaksi 3,13. Kaksi vastaajista oli osittain eri mieltä, kolme osittain samaa mieltä ja loput kolme täysin samaa mieltä. Kuusi kahdeksasta antoi tälle arvosanaksi yli kolme, joka on positiivinen tulos. Yllä olevasta taulukosta 2 on nähtävissä kysymyksen vastausmäärät ja keskiarvot väittämille.

Kolmas väittämä oli, että mielestäni raportit ovat tarpeellisia. Vastaajista suurin osa oli sitä mieltä, että ovat väittämän kanssa osittain samaa mieltä, heitä oli siis neljä. Kolme vastaajista oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa ja ainoastaan yksi vastaajista oli osittain eri mieltä arvosanalla kaksi. Kokonaisarvosanaksi keskiarvona väittämä sai 3,25 pistettä. Lähes samaa mieltä oltiin seuraavan väittämän kanssa, jossa sanottiin, että mielestäni raportit ovat riittäviä. Ainoastaan yksi oli vastannut, että on väittämän kanssa täysin eri mieltä. Keskiarvona pisteissä tässä oli 3,13 pistettä. Mielestäni erilaisia raportteja on ollut tarpeeksi tarjolla – väittämä jakoi enemmän mielipiteitä vastaajien kesken. Arvosanat kolme ja neljä antoi molempiin kolme vastaajaa, kun taas ykkösarvosanan antoi kaksi vastaajaa. Tämä sai väittämistä kaikkein heikoimmat pisteet eli 2,88 pistettä. Kuukausiraportteihin vastaajat olivat olleet jokseenkin tyytyväisiä, sillä puolet vastaajista antoi arvosanan kolme. Loput jakaantuivat niin, että neljä pistettä antoi kolme vastaajaa ja yksi päätyi olemaan osittain erimieltä arvosanalla kaksi, joka toi keskiarvon 3,25. Viimeisen väittämän mielipiteet menivät samalla tavalla kuin toisen väittämän. Tahtoisin saada enemmän henkilökohtaista raportointia – väittämälle kolme vastaajaa antoi arvosanat kolme ja neljä, kaksi vastaajaa antoivat arvosanan kaksi, keskiarvo 3,13. Kokonaiskeskiarvo kaikille väittämille saatiin yhteensä 3,14 eli voidaan jotenkin olettaa, että kahdeksan vastaajan mielestä heille toimitetut raportit ovat olleet tyydyttäviä ja hyödyllisiä.

Kahdeksas kysymys käsitteli sitä, mitä raportteja kahdeksasta vastaajasta olivat valinneet käytettäväksi tähän asti. Heillä oli mahdollisuus valita yksi tai useampi vaihtoehto. Puolet vastaajista oli käyttänyt vertailuraporttia eli kuukausikohtaista tuloslaskelmaa, jossa vertailtiin kahta tai useampaa kuukautta. Kustannuspaikkaraporttia, projektiseurantaa, palkkojen, matka- ja kululaskujen sekä henkilöstön raportointia oli jokaista käyttänyt vain korkeintaan yksi vastaaja. Kukaan ei valinnut tulosten analysointi ja ennustamista, kassavirtalaskelmaa, myynnin ja asiakasrekisterin raportointia eikä ostojen ja toimittajien raportteja. Kaksi oli ilmoittanut, että ei ole tilannut minkäänlaista raportointia. Seitsemän vastaajaa jatkoi seuraavaan kysymykseen yhdeksän, jossa tiedusteltiin, että kuinka usein heille toimitetaan edellä mainitut raportit. Kukaan ei saanut raporttejaan viikoittain. Kolme vastaajista sai raporttinsa kerran kuukaudessa, kaksi kvartaaleittain ja kaksi vielä harvemmin.

5.4 Tunnuslukujen seuranta

Kysymyksessä kymmenen on jälleen mukana suurempi vastaajajoukko 82 vastaajaa, jolloin kysely taas yhdistyy kaikkien vastaajien kesken, vastasivatko he edellisessä vaiheessa kysymykseen kuusi tai seitsemän. Tämä kysymys oli kyselyn laajin ja vastausvaihtoehtoja oli valittavissa yli 40 vaihtoehdon joukosta ja jokainen sai valita yhden tai useamman vaihtoehdon vastatessaan. Vastaukset oli ryhmitelty kolmeen eri kategoriaan, jotka käsittelevät liiketoiminnan seuraamisen kannalta tärkeimpiä osatekijöitä rahoituksen ja yrityksen kehityksen seurannassa. Ensimmäisenä aina annettiin teema, jonka jälkeen tuli valita seurasiko tätä vai ei ja tuli kertoa, mitä tästä osa-alueesta halusi seurata.

TAULUKKO 3. Kannattavuus

Kannattavuutta (Esim. Sijoitetun pääoman tuotto%)	
Kyllä seuraan. Valitse seuraavista mitä:	
Myyntitilit (Liikevaihto)	64
Liikevaihdon muutoksia	47
Menotilejä (henkilöstö, raaka-ainekulut jne.)	50
Pääoman kannattavuus, pääomalle saatava tuotto	11
Katetuotto	15
Liikevoitto	47
Rahoituskulut (korkokulut)	14
Joku muu, mikä?:	1
En seuraa, mutta haluaisin. Kertokaa mitä?	
Myyntitilit (Liikevaihto)	2
Liikevaihdon muutoksia	2
Menotilejä (henkilöstö, raaka-ainekulut jne.)	6
Pääoman kannattavuus, pääomalle saatava tuotto	10
Katetuotto	6
Liikevoitto	4
Rahoituskulut (korkokulut)	4
Joku muu, mikä?:	0
En seuraa, koska en katso tarpeelliseksi	10

Ensimmäinen teema oli yrityksen *kannattavuus* esim. sijoitetun pääoman tuottoprosentti. Tähän teemaan kuuluvista vastausvaihtoehdoista ensimmäiseen myyntitilit (liikevaihto) kertoi seuraavansa 78,05 % eli 64 vastaajaa. Liikevaihdon muutoksia seurasi tarkalleen 47 vastaajaa, joka tekee 57,32 %. Menotilejä (henkilöstö, raaka-ainekulut jne.) seurasi 60,98 % eli 50 vastaajaa. Ainoastaan 13,41 % eli 11 vastaajaa kertoi seuraavansa kannattavuudessa pääoman kannattavuutta, pääomalle saatavaa tuottoa. Katetuottoa seurasi 15 eli 18,29 % vastaajaa ja saman verran kuin

liikevaihdon muutoksia eli 47 oli valinnut seuraavansa myös liikevoittoa. Rahoituskuluja (korkokuluja) seurasi ainoastaan 14 vastaajaa eli vain 17,07 %. Vaihtoehtona oli valita myös jokin muu ja tuli kertoa, että mitä seuraa. Tässä yksi vastasi seuraavansa palkkakuluja. Ohessa olevasta taulukosta on nähtävissä yhteenvetona kysymyksen 10 tulokset kannattavuuden osalta.

Seuraavaksi annettiin väittämä, että en seuraa kannattavuutta, mutta haluaisin ja pyydettiin kertomaan, mitä he haluaisivat seurata. Kaksi vastasi haluavansa seurata myyntitiliä ja liikevaihdon muutoksia. Kuusi haluaisi seurata menotilejä ja kymmenen pääoman kannattavuutta, pääomalle saatavaa tuottoa. Katetuottoa haluaisi seurata kuusi vastaajaa ja ainoastaan liikevoittoa neljä. Neljä vastaajaa haluaisi seurata myös rahoituskuluja. Viimeiseen väittämään, että ei seuraa kannattavuutta, koska ei katso tarpeelliseksi, vastasi kymmenen henkilöä.

TAULUKKO 4. Maksuvalmius

Maksuvalmiutta (Esim. Current ratio)	
Kyllä seuraan. Valitse seuraavista mitä:	
Pitkäaikaiset/lyhytaikaiset lainat ja velat rahoituslaitoksilta	19
Myyntisaamiset ja niiden maksuaika	49
Ostovelat ja niiden maksuaika	38
Kassavirta kuukausittain	27
Kassavirta viikoittain	16
Varaston arvo ja varaston kiertonopeus	7
Joku muu, mikä?:	0
En seuraa, mutta haluaisin. Kertokaa mitä?	
Pitkäaikaiset/lyhytaikaiset lainat ja velat rahoituslaitoksilta	7
Myyntisaamiset ja niiden maksuaika	2
Ostovelat ja niiden maksuaika	3
Kassavirta kuukausittain	7
Kassavirta viikoittain	7
Varaston arvo ja varaston kiertonopeus	5
Joku muu, mikä?:	0
En seuraa, koska en katso tarpeelliseksi	11

Seuraavana teemana on *maksuvalmius* esim. Current ratio. Maksuvalmiutta kertoi seuraavansa valitsemalla annetuista vastausvaihtoehdoista. 23,17 % eli 19 vastaajaa seurasi pitkäaikaisten/lyhytaikaisten lainoja ja velkoja rahoituslaitoksilta. Myyntisaamista ja niiden maksuaikaa valitsi seuraavansa suurin osa 59,76 % eli 49. Vastaajista 38 eli 46,34 % valitsi seuraavansa myös ostovelkoja ja niiden maksuaikaa. Prosentuaalisesti 32,93 % eli 27 vastaajaa valitsi seuraavansa kassavirtaa

kuukausittain ja 16 vastaajaa jopa viikoittain, joka tekee 19,5%. Varaston arvoa ja kiertonopeutta seurasi ainoastaan seitsemän vastaajaa.

En seuraa maksuvalmiutta, mutta haluaisin -kategoriaan vastattiin, että seitsemän haluaisi seurata pitkäaikaisten/lyhytaikaisten lainoja ja velkoja rahoituslaitoksilta. Kaksi halusi seurata myyntisaamista ja niiden maksuaikaa, kolme ostovelkoja ja niiden maksuaikaa. Kassavirtaa halusi seurata kuukausittain seitsemän vastaajaa ja viikoittain myöskin seitsemän. Viisi olisi kiinnostunut seuraamaan varaston arvoa ja sen kiertonopeutta. 11 eli vain 13,41% oli sitä mieltä, että eivät seuraa maksuvalmiutta, koska eivät katso tarpeelliseksi.

TAULUKKO 5. Vakavaraisuus

Vakavaraisuutta (Esim. Omavaraisuusaste)	
<i>Kyllä seuraan. Valitse seuraavista mitä:</i>	
Yrityksen omaisuuden arvo	23
Yrityksen vieraspääoman arvo	16
Tulorahoitusta eli miten hoidetaan vieraan pääoman takaisinmaksua	14
Vakavaraisuutta	23
Joku muu, mikä?:	0
<i>En seuraa, mutta haluaisin. Kertokaa mitä?</i>	
Yrityksen omaisuuden arvo	7
Yrityksen vieraspääoman arvo	7
Tulorahoitusta eli miten hoidetaan vieraan pääoman takaisinmaksua	5
Vakavaraisuutta	7
Joku muu, mikä?:	0
<i>En seuraa, koska en katso tarpeelliseksi</i>	25

Viimeisenä teemana oli *vakavaraisuus* esim. omavaraisuusaste. Eri vastausvaihtoehdoista valitsemalla vakavaraisuutta kertoi seuraavansa 28,05 % eli 23 vastaajaa seuraamalla yrityksen omaisuuden arvoa. Yrityksen vieraan pääoman arvoa seurasi 16 vastaajaa. Tulorahoitusta eli miten hoidetaan vieraan pääoman takaisinmaksua, valitsi seuraavansa vain 17,07 % vastaajista. Vakavaraisuutta suoraan seurasi 23 vastaajaa eli 28,05 %. Muutama valitsi myös ”En seuraa, mutta haluaisin.” -kategoriasta vastausvaihtoehtoja. Yrityksen omaisuuden arvoa haluaisi seurata seitsemän vastaajaa, sama määrä halusi seurata myös yrityksen vieraanpääoman arvoa. Viisi valitsi haluavansa seurata tulorahoitusta ja suoraan vakavaraisuutta seitsemän vastaajaa. 25 vastaajaa eli 30,49 % oli sitä mieltä, että eivät seuraa vakavaraisuutta, koska eivät katso sitä tarpeelliseksi.

Heti perään seuraava kysymys 11 oli, että saivatko vastaajat edellä mainitut tiedot kirjanpitäjältään. Vaihtoehtona oli vastata kyllä tai ei. Kyllä vaihtoehdon valitsi 45 vastaajaa 83:sta eli yhteensä 54,2 % ja heistä 45,8 % vastasi, että 38 ei saa tunnuslukuja kirjanpitäjältään. Enemmistö sai siis tarvitsemansa tiedot kirjanpitäjältään, vaikka heillä olisi mahdollisuus katsoa tiedot myös suoraan itse laskemalla tuloslaskelmalta tai taseelta. 47 vastaajaa eli koko kyselyn vastaajamäärästä 52,2 % otti kantaa seuraavaan kysymykseen, jossa kysyttiin, että mikäli vastaaja sai tietonsa kirjanpitäjältä, mikä olisi hänestä paras tapa saada palautetta. Vastausvaihtoehtoja oli ainoastaan kolme. 17 valitsi, että paras tapa saada palautetta on suullisesti. Enemmistö 61,7 % eli 29 vastaajaa oli sitä mieltä, että paras tapa saada palautetta kirjanpitäjältä olisi kirjallisesti. Yksi vastaajista ei haluaisi palautetta ollenkaan.

TAULUKKO 6. Kysymys 13

Kustannuspaikkaraportti	21
Vertailuraportti (Kuukausikohtainen tuloslaskelma, jossa vertaillaan kahta tai useampaa kuukautta)	29
Budjetointi	26
Projektiseuranta	12
Tulosten analysointi ja ennustaminen	21
Kassavirtalaskenta	23
Palkkojen, matka- ja kululaskujen sekä henkilöstökulut	25
Myynnin ja asiakasrekisterin raportit	23
Ostojen ja toimittajarekisterin raportit	15
Jokin muu, mikä?	0
En ole kiinnostunut raporteista	16

Kysymys 13 oli kyselyn ja opinnäytetyön toimeksiantajan kannalta ehkä kiinnostavin, jossa tiedusteltiin sitä, mitä annetuista vaihtoehdoista vastaaja olisi kiinnostunut käyttämään päätöksenteon tukena. Tähän kysymykseen vastasi yhteensä 65 henkilöä. Heillä oli mahdollisuus valita yksi tai useampi vaihtoehto. Kaikki vastausvaihtoehdot saivat tässä kysymyksessä kannatusta ja kaikkia valittiin suhteellisen monipuolisesti. Kustannuspaikkaraportista oli kiinnostunut 21 vastaajaa eli 32,31 %. Vertailuraporttia, jossa annetaan kuukausikohtainen tuloslaskelma, jossa vertaillaan kahta tai useampaa kuukautta olisi kiinnostunut useampi 44,62 % eli 29 vastaajaa. Budjetointi kiinnosti 26 vastaajaa eli tasan 40 %. Ainoastaan 12 vastaajaa eli vajaa 18,46 % olisi kiinnostunut projektiseurannasta. Tulosten analysoinnista ja ennustamisesta herätti kiinnostusta 21 vastaajassa eli kaikkiaan 32,31 % ja kassavirtalaskelmaa halusi seurata 23 henkilöä eli 35,38 % vastaajista. 38,46 % eli 25 vastaajaa olisi kiinnostunut

palkkojen, matka- ja kululaskujen sekä henkilöstökulujen seuraamisesta. Myynnin ja asiakasrekisterin raportoinnista valitsi kiinnostavaksi seurannan kohteeksi 35,38 % eli 23 vastaajaa. Ostojen ja toimittajarekisterin raporttia haluaisi seurata 15 vastaajaa. 16 vastaajista ei ole ollenkaan kiinnostunut raporteista.

Vastaajilta tiedusteltiin, mikä on heidän mielestään hyvä raportoinnin yhteydenpito taajuus, 69 vastaajaa jatkoi tähän kysymykseen eli 76,6 %. Heistä kaksi ajatteli, että viikoittain yhteydenpitotaajuus olisi sopiva. Suurin osa kuitenkin vastaajista 68,1 % kannatti kerran kuussa raportointia, jonka valitsi 47 vastaajaa. Ainoastaan 26,10 % eli 18 vastaajasta kvartaaleittain raportointi olisi hyvä ja vain kaksi haluaisi vielä harvemmin raportointia.

Kuinka vastaajat haluaisivat saada raporttinsa Yritys Oy:ltä, vastasi 78,8 % eli 71 vastaajaa ja heille oli annettu jälleen valmiita vastausvaihtoehtoja, josta valita. Postitse ei halunnut kukaan vastaajista raportteja saada. 29 eli 40,85 % oli sitä mieltä, että haluaisi raporttinsa sähköpostilla. Suurin osa kuitenkin 47,89 %, eli 34 vastaajaa oli valinnut sen vaihtoehdon, että katsovat itse suoraan kirjanpito-ohjelmasta. Viidestä vastaajasta olisi hyvä käydä raportointia läpi puhelinpalaverina kirjanpitäjän kanssa ja yksi haluaisi käydä raportit läpi henkilökohtaisesti kirjanpitäjän kanssa. Avoimiin vastauksiin eli jollain muulla tavalla, mikä, oli annettu yksi mielipide: ”Ehkä joku vakiomuotoinen online-raportti taloudellisista perusindikaattoreista (= ”kk-tuloslaskelma”), johon muistutus + linkki autom. sähköpostilla 1krt/kk.”

Viimeinen kyselyn kysymys oli, että miten vastaajien mielestä kirjanpitoraporttien luettavuutta/ymmärrettävyyttä voitaisiin helpottaa. Tässä sai valita vain yhden vaihtoehdon. Vastaajia oli 65. Se, että raportit esitettäisiin pylväsdiagrammeina, valitsi 7,8% eli 12 vastaajaa. Suurin osa 33,85 % eli 22 vastaajaa valitsi vaihtoehdoksi tunnuslukugrafiikan, jossa on taulukkoon merkittävimmät tunnusluvut. 16,92 % eli vain 11 valitsi, että haluaisivat tulkita raportit henkilökohtaisesti yhdessä kirjanpitäjän kanssa ja 24,62 % eli 16 valitsi, että puhelinpalaveri kirjanpitäjän kanssa olisi riittävä. Neljä oli valinnut viimeisen vaihtoehdon muuten miten, ja kolme heistä kertoi seuraavasti: ”Raportin siirto Exceliin jatkokäsittelyä varten”, ”Raportissa sekä numerodata + graafiset kuvaajat. (pylväs- tai viivadiagrammit). Henkilökoht. keskustelu / tulkinta tarvittaessa.”, ”nykyraportti on kovin ahtaasti kirjoitettu, vähän väljyyttä niin lukeminen helpottuu”.

Lopussa annettiin vastaajille mahdollisuus jättää yhteystietonsa kyselyyn liittyen ja tähän 12 vastaajaa jätti tietonsa yhteydenottoa varten, jotka välitettiin eteenpäin toimeksiantajalle jatkokäsittelyä varten.

5.5 Varsinais-Suomi (3) vastaukset

Tutkimustuloksista toimeksiantaja toivoi erikseen Varsinais-Suomessa toimivalle Yritys Oy:n tilitoimistolle oman raportin hänen asiakkaidensa vastauksista. Tutkimuksen koko lähtökohtana on palvella valtakunnallisesti kaikkia Yritys Oy:n alla olevia tilitoimistoja ja auttaa heitä selvittämään omien asiakkaidensa raportointitarpeita, sekä vertaamaan niitä koko tutkimuksen kokonaistuloksiin. Poikkeavatko paikkakunnittain tulokset toisistaan kovasti vai voidaanko päätyä samoihin johtopäätöksiin paikkakunnasta ja tilitoimistosta riippumatta?

Tutkimukseen osallistui Varsinais-Suomessa (3) toimivan Yritys Oy:n asiakkaista seitsemän. Heistä neljä kuului alle 200 000 euron liikevaihtoluokkaan ja yksi sijoittui 200–499 999 välille ja toinen 500–999 999 ja viimeinen yli miljoonan liikevaihtoluokkaan. Suurimmassa osassa vastaajista työskenteli korkeintaan viiden henkilöstön kokoisessa yrityksessä. Yhdessä työntekijöitä oli 6-10 ja toisessa 11–15. Alkulähtöisesti kyselyyn osallistuneet yritykset eivät ole organisaatioltaan kovinkaan suuria, vaan kuuluvat keskikokoiseen liikevaihtoluokkaan.

Vähän alle puolella vastaajista oli käytössään käytännön kirjanpito sisältäen osto- ja myyntireskontrat sekä palkanlaskentapalvelut eli kokonainen kirjanpito. Kolmella vastaajista oli käytössään pelkkä kirjanpito perinteisellä mallilla eli he käyttävät lähinnä paperista kirjanpitoa taloushallinnossaan. Yhdellä vastaajista oli käytössään jotain muita palveluja, mutta hän ei ollut täsmentänyt niitä kyselyyn.

Vastaajista neljä on seurannut taloudellista tilannettaan suoraan kirjanpito-ohjelmasta. Jokaiseen muuhun vastausvaihtoehtoon tuli yksi vastaus eli joku ei ollut seurannut taloudentilannettaan itse kirjanpito-ohjelmasta, mutta saa raporttinsa kirjanpitäjältä. Yksi vastaajista ilmoitti, että ei ole seurannut taloustilannettaan kirjanpito-ohjelmasta, mutta haluaisi saada raportin kirjanpitäjältä. Yksi vastasi, ettei ole seurannut taloudellista tilannetta, eikä halua saada raportteja kirjanpitäjältään.

Tämän kysymyksen jälkeen vastaukset hajaantuvat, koska ne asiakkaat, jotka vastasivat edelliseen kysymykseen, että ovat seuranneet taloudellista tilannettaan itse kirjanpito-ohjelmasta, jatkavat seuraavaan kysymykseen kun taas muut hyppäävät vastauksestaan johtavaan seuraavaan kysymykseen, jolloin vastausjärjestys eri asiakkailla muuttuu. Neljä Turun asiakkaista vastasi kysymykseen kuusi, jossa tiedusteltiin 1–4 arvoasteikon mukaan heidän mielipiteitään kirjanpito-ohjelman raporttien ja sieltä saatavien tietojen ymmärrettävyydestä. Vastaajat antoivat arvosanaksi 3,75 sille, että heidän mielestään kirjanpitoraportin saadut raportit ovat hyödyllisiä. Kolme vastaajista oli antanut suoraan arvosanaksi tähän väitteeseen nelosen. Heidän mielestään myös kirjanpito-ohjelman kautta saadut raportit ovat selkeitä ja helposti ymmärrettävissä, sillä keskiarvoksi vastauksista tuli 3,25. Väitteissä 3 tarkoittaa, että on osittain samaa mieltä väitteen kanssa ja neljä, että on täysin samaa mieltä väitteestä. Saman arvosanan vastaajat antoivat myös väitteelle, että he osaavat itse hyödyntää kirjanpito-ohjelman tarjoamia raportteja.

Vastaaja, joka valitsi edellisessä viidennessä kysymyksessä, että hän ei seuraa raportteja itse kirjanpito-ohjelmasta, mutta saa raportit kirjanpitäjältään, oli osittain eri mieltä siitä, että raportit ovat hyödyllisiä, eli hän antoi arvoasteikolla 1–4 tälle väitteelle arvosanaksi 2. Hän antoi myös kahteen seuraavaan väittämään saman arvosanan, hänen mielestään raportit ovat selkeitä ja helposti luettavissa ja että raportit ovat hänen mielestään tarpeellisia. Kaikista heikoimman arvosanan eli 1, joka tarkoittaa että on täysin eri mieltä väittämän kanssa, että raportit ovat riittäviä. Saman arvosanan hän antoi myös sille, että erilaisia raportteja on ollut tarjolla tarpeeksi. Hän oli kuitenkin osittain samaa mieltä, että kommentit kuukausiraporteilla ovat riittäviä. Myöskin hän haluaisi saada enemmän henkilökohtaista raportointia, johon hän vastasi 3, osittain samaa mieltä. Tähän asti hän on käyttänyt vertailuraporttia, joka tarkoittaa sitä, että raportoidaan kuukausikohtainen tuloslaskelma, jossa vertaillaan kahta tai useampaa kuukautta. Vertailuraportti on toimitettu hänelle harvemmin kuin kvartaaleittain tai kuukausittain.

Viisi Yritys Oy:n Varsinais-Suomessa (3) toimivan tilitoimiston asiakkaista vastasi kysymykseen, että seuraavatko he aktiivisesti seuraavien osa-alueiden tunnuslukuja yrityksen kuukausi- tai muussa raportoinnissa. Vastaajat pystyivät valitsemaan yhden tai useamman vaihtoehdon, joten tuloksia vertaillaan sen mukaan, mikä

vastausvaihtoehto on saanut eniten valintoja. Viidestä henkilöstä kaikki kertoivat seuraavansa yrityksen kannattavuuteen liittyviä tunnuslukuja eli myyntitilejä, yrityksen liikevaihtoa, mutta ainoastaan liikevaihdon muutoksia valitsi seuraavansa kaksi vastaajista. Lisäksi vastaajia kiinnostivat henkilöstön ja raaka-ainekulujen menotilit. Yksi vastaajista ilmoitti, että ei seuraa kannattavuuden tilejä, mutta haluaisi seurata menotilejä. Yksi oli sitä mieltä, että hän ei katso tarpeelliseksi seurata yrityksen kannattavuutta.

Maksuvalmiudesta tuli enemmän vastauksia ja neljä vastaajaa kertoi seuraavansa myyntisaamista ja niiden maksuaikaa. Kolme seurasi ostovelkoja ja niiden maksuaikaa. Yksi seurasi kassavirtoja viikoittain ja toinen vastasi seuraavansa varaston arvoa ja sen kiertonopeutta. Kukaan ei maksuvalmiudessa kertonut, ettei seuraisi mitään tiliä, mutta haluaisi seurata jotain lisää. Ainoastaan kaksi ilmoitti, että eivät seuraa maksuvalmiutta, koska eivät katso sitä tarpeelliseksi. Yrityksen vakavaraisuudesta seuraaminen sai yksimieleisen vastauksen vastaajien kesken ja kaikki olivat sitä mieltä, että mm. yrityksen omaisuuden arvoa, vakavaraisuutta tai tulorahoitusta ei katsota tarpeelliseksi seurata, eivätkä ole sitä aikaisemmin seuranneetkaan.

Vastaajista kolme kertoi saavansa edellisessä kysymyksessä valitut raportit kirjanpitäjältään, kaksi ilmoitti saavansa raportit jostain muualta. Kolmesta kirjanpitäjältään raportit saavasta kertoi, että paras tapa saada palautetta on suullisesti. Kukaan ei kuitenkaan maininnut Turun vastaajista valinnut, ettei haluaisi palautetta ollenkaan.

Seuraavaksi kysyttiin, että mitä raportteja asiakkaat olisivat kiinnostuneita käyttämään päätöksen teon tukena, heillä oli mahdollisuus valita yksi tai useampi vaihtoehto. Vähiten suosiota olivat saaneet budjetointi, tulosten analysointi ja ennustaminen sekä ostojen ja toimittajarekisterin raportit. Yksi oli myös sitä mieltä, ettei ole kiinnostunut käyttämään raportteja ollenkaan. Toiseksi vähiten kiinnostavat raportit olivat kustannuspaikkaraportit, projektiseuranta ja palkkojen-, matka- ja kululaskujen sekä henkilöstökulujen seuranta. Melko kiinnostavina pidettiin myynnin ja asiakasrekisterin raportteja. Toiseksi kiinnostavin raportti oli kassavirtalaskelma, jonka oli valinnut neljä henkilöä. Kaikkein eniten asiakkaita kiinnosti vertailuraportti, jossa vertaillaan kahden tai useamman kuukauden tuloslaskelmaa.

Varsinais-Suomi (3) vastaajien mielestä paras yhteydenpitotapa olisi kerran kuussa. Tästä tuli myös yksipuolinen mielipide. Viikoittain, kvartaaleittain tai harvemmin eivät saaneet yhtään kannatusta. Se millä tavalla asiakkaat haluaisivat saada raportointia Talousverkolta, jakoi enemmän mielipiteitä. Kaksi viidestä oli valinnut, että haluavat raporttinsa sähköpostilla. Yhden äänen saivat kolme muuta vaihtoehtoa, jotka olivat että joku katsoo itse kirjanpito-ohjelmasta, yksi halusi raportit henkilökohtaisesti raportit kirjanpitäjältä ja joku oli valinnut jonkun muun tavan, mutta ei ollut kertonut, millä tavalla raportointia olisi halunnut.

Toiseksi viimeisenä kysyttiin vielä, miten vastaajien mielestä kirjanpitoraporttien luettavuutta ja ymmärrettävyyttä voitaisiin helpottaa. Tunnuslukugrafiikka, jossa on taulukkoon merkitty tärkeimmät yrityksen tunnusluvut sai kahden äänen verran kannatusta eli tässä tapauksessa oli suosituin vaihtoehto. Kolme muuta vastasivat, että yksi olisi halunnut raportit esitettynä pylväsdiagrammina, toinen olisi halunnut, että raportit tulkitaan puhelinpalaverina yhdessä kirjanpitäjän kanssa ja viimeinen olisi halunnut jollain muulla tavalla, mutta ei ollut kertonut erikseen, että miten.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET, TOIMENPIDESUOSITUKSET

Lähtötilanteena kyselylle oli halu saada tietoa asiakkailta, minkälaista raportointia he toivoisivat ja miten he ovat tähän asti osanneet hyödyntää erilaisia jo olemassa olevia raportointityökaluja sekä palveluja. Kun analysoidaan tutkimuksen tuloksia, on tärkeää tuntea lähtötilanne ja ympäristö sekä niiden vuorovaikutus. Ympäristö muuttuu koko ajan – milloin nopeasti, milloin hitaasti; se on epäjatkuva, yllätyksellinen ja yhä monimutkaisempi. (Kamensky 2012, 114.) Analysointityö tulee tehdä suurimmilta osin sisällä yhteisössä ja tiimien välillä, jotta raportoinnin kehityssuunta olisi rakenteeltaan kattava kaikilta osa-alueiltaan. Yrityksen taloushallinnon raportointi on tärkeää strategisen osaamisen ja analysointitaitojen kehittämisessä, joka on usein osoittautunut erittäin arvokkaaksi jatko työskentelyn kannalta. Analyysien avulla voidaan kehittää henkilökohtaista strategista ajattelua ja bisnesnäkemystä. (Kamensky 2012, 114.) Asiakkaille halutaan tarjota mahdollisuudet tarkempaan analyysiin ja jokaisen liiketoiminnan kannalta se onkin suotavaa, jotta yrityksen toimintaa säilyy kannattavana.

Kyselyn laatijalla ei varsinaisesti ole valmiuksia tehdä kaikista syvällisimpiä analyyskejä kyselyn tuloksista, vaan tarkoitus on tarjota Yritys Oy:lle tarvittava materiaali, jotta koko yrityksen sisällä asiantuntijaryhmät voivat tulosten avulla luoda analyyskejä ja pohtia toimintastrategiaa tilitoimistojen raportointien suhteen. Päätösten ja toiminnan laatu on ratkaisevasti kiinni siitä, miten hyvä tämä arviointi- ja analysointiprosessi on (Kamensky 2013, 115.) Lisätietoa ja tutkimuksia varmasti tarvitaan, jotta yhtenäiseen ratkaisuun Yritys Oy:n toimintamallista päästäisiin. Alkuun voitaisiin lähettää siitä, että kyselyn vastaajat jaettaisiin tiettyihin segmentteihin, joiden perusteella kyselyn tuloksia voitaisiin arvioida vastaajien taustojen perusteella.

6.1 Analysoinnin vaiheet

Jotta pystyttäisiin rakentamaan tästä kyselystä mahdollisimman luotettava ja kattava analyysi, on hyvä olla tietoinen eri analyysimenetelmistä. Analyysit jakautuvat aina kahteen pääryhmään: ympäristöanalyysihin ja sisäisen tehokkuuden analyysihin. Kaikessa analyysityössä on haasteena aikaansaada hyvä kokonaisnäkemys. Tätä työtä helpottamaan on muodostettu vielä kolmas analyysiryhmä, synteesianalyysit. Niillä tarkoitetaan analyyskejä, joissa itse analyysitekniikka auttaa yhdistämään useita, usein sekä ympäristöön että sisäiseen tilaan liittyviä tekijöitä. Toisinaan analyysitekniikka auttaa yhdistämään myös nykyhetken ja tulevaisuuden tarkastelua samaan analyysiin. (Kamensky 2012, 115.) Kyselyn tuloksilla voi miettiä nykyisen kilpailutilanteen mahdollisuuksia. Minkälaisella raportointimallilla olisi eniten kykyä tuottaa yksinkertaista ja tehokasta tietoa asiakkaille suoraan kirjanpitäjältä, ottamatta enemmän työtä vaativaa controllerin roolia. Jos asiakkaalla ei ole erikseen käytössä Yritys Oy:n käyttämän kirjanpito-ohjelman raportointityökalua, jonka käytöstä laskutetaan erikseen, ei myöskään kirjanpitäjällä ole mahdollisuutta päästä käsiksi tämän ohjelmiston tarjoamiin palveluihin. Myynnillisesti raportointityökalua käyttävät tällä hetkellä Yritys Oy:ssä pääsääntöisesti suurimmat liikevaihdonluokan yritykset, joilla on säännöllistä tarvetta seurata yrityksensä talouden tilannetta ja kokevat tarpeelliseksi maksaa kuukausittain saatavista raporteista. Niillä todennäköisesti on myös talon sisällä käytettävissä oma talousjohtaja, joka osaa saaduista tiedoista rakentaa tarvittavat talouden raportit sisäistä raportointia varten.

Analysointiprosessin vaiheisiin kuuluu ensiksi analysointialueen ja ongelman määrittäminen. Kun on kunnolla tiedostettu ongelma, siihen lähdetään etsimään ratkaisuja. Kysely toimii tässä tiedon hankintavälineenä, jonka avulla ratkaisua ongelmaan voidaan lähteä etsimään. Analysointi prosessi on hidas ja monivaiheinen prosessi, mutta sinnikkäästi toteutettuna voi tuottaa suurtakin tietoarvoa, jota voidaan hyödyntää jatkossa bisneskehityksessä. Kun kyselyn tulokset on saatu, voidaan siirtyä analysointiin, jota oikea henkilö yrityksen sisällä on asiantuntija, joka tuntee organisaation toimintatavat ja osaa priorisoida eri kehitysvaiheita, joiden avulla kyselyn tuloksien pohjalta voidaan muutoksia lähteä sisäisesti rakentamaan. On osattava tuntea laajemmat kokonaisuudet, jotta pystyy hahmottamaan eri toteutusvaiheisiin tarvittavat panostukset sekä aikataulut. Tarvittaessa on myös kerättävä lisätietoa aiheesta ja testattava eri vaihtoehtoja moneen kertaan, ennen kun niitä voidaan ottaa laajemmin käytäntöön. Tämä vaatii paljon ennakkovalmisteluja ja hyvää tiedottamista yrityksen sisällä, jotta mukaan saadaan tarpeeksi laaja asiantuntijaryhmä pohtimaan analyysin eri vaiheita monesta näkökulmasta.

Synteesit ja näkemykset syntyvät hiljalleen kun raportin tulokset pilkotaan osiin ja jaetaan niistä vastaaville asiantuntijoille, jotka pystyvät omat johtopäätökset ja toimenpide-ehdotuksen tuloksien pohjalta antamaan. Jonkun pitää sitten näiden ehdotuksien perusteella vielä rakentaa yrityksen brändiin ja kulttuuriin sopiva toimintamalli, jolla raportointia saataisiin standardisoitua kaikkein käytettäväksi. Analyysin vaikutus suunnitelmiin ja toimintaan otetaan mukaan yrityksen tavoitteissa, strategiassa ja toimenpiteissä. Vasta kun kaiken kattava pohjatyö on pystytty yrityksen päättäjien mielestä tekemään ja esittelemään vakuuttavasti, voidaan siirtyä varsinaiseen toteutusvaiheeseen. Uuden strategian toteuttaminen yrityksen raportoinnissa ei pelkästään riitä, vaan sitä on myös valvottava ja kerättävä palautetta sen toimivuudesta ja kannattavuudesta. Kehitystyö voi jatkua vielä pitkään ensimmäisen käyttöönoton jälkeenkin, mikäli toimintamalli on perusteltua ja sille löytyy kysyntää.

Kyselyssä ilmenee, että vaikka vastaajat kertovat osaavansa itse hyödyntää kirjanpito-ohjelmasta saatuja raportteja, he kuitenkin kaipaavat tuekseen kirjanpitäjän mielipidettä sekä heidän näkökulmaansa yrityksen taloudelliseen tilanteeseen. Opinnäytetyöraportissa halutaan kyselyn pohjalta esittää Yritys Oy:lle mahdollisimman neutraalisti tuloksia, jotta omat mielipiteet eivät pääsisi vääristämään

kyselyn tuloksia sen mukaiseksi, mitä toimeksiantaja odottaa saavansa. Varsinainen analysointivaihe erittelee ja jaottelee tietoa, yhdistelee ja muokkaa sitä, kertoo asioista erilaisista näkökulmista ja erilaisilla tarkastelukriteereillä. Tarkoitus on pystyä kuvaamaan ilmiötä tai asiaa laadullisesti ja määrällisesti mahdollisimman hyvin. Hyvä analysointityö puolestaan luo edellytykset seuraaville päävaiheille eli päätöksenteko- ja toteutusvaiheelle (Kamensky 2012, 120).

Yritys Oy kykenee kyselyn tuloksien pohjalta rakentamaan analysointiprosessin päävaiheet, valmistelu-, päätöksenteko-, ja toteutusvaiheet, jotka muodostavat vuorovaikutteisen kokonaisuuden ja on elimellinen osa liikkeenjohdon työtä. Asianosaiset vastuuhenkilöt eivät siis voi delegoida analyysityötä muille. Yrityksen sisäisten ja ulkopuolisten asiantuntijoiden rooli on toimia tiedon kerääjinä, menetelmäasiantuntijoina tai analysointiprosessin vauhdittajina tai vetäjinä. (Kamensky 2012, 120.) Tässä opinnäytetyö ulkoistettiin Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelijalle, joka myös tuottaa alustavan materiaalin tarkempaa tutkimustyötä varten. Analysointiprosessin johtajana tulee kuitenkin toimia asiasta ylimpänä vastuullisena olevan henkilön, ja prosessiin tulee osallistua mahdollisimman laaja-alainen joukko kyseiseltä aihealueelta, jotta analysointiprosessi onnistuisi.

Hyvän analysointityöskentelyn tärkeimmät vaatimukset ovat pyrkimys objektiivisuuteen eli kykyyn tarkastella tuloksia helikopteriperspektiivistä ilman, että omat mielipiteet tai ajatukset sekoittuvat faktatietoon. Tärkein ja vaikein vaatimus analysointityölle on pyrkimys objektiivisuuteen ja ”helikopterointii”. Helikopterista on tarkasteltava asioita viileästi, on tunnistettava ja tunnustettava tosiasiat eli pyrittävä ehdottomasti objektiivisuuteen. (Kamensky 2012, 120.) On myös tärkeää, että analysointia tekevä henkilö tuntee ja ymmärtää aihealueesta mahdollisimman laajalti. Ajan myötä asiantuntijat sokaistuvat asialleen tai ainakin tulevat katsantokannoiltaan yksipuolisiksi, minkä vuoksi on virkistävää käyttää yrityksen ulkopuolista palvelua apunaan. Analysointiryhmä tulisi rakentaa siten, että siinä on riittävästi monipuolisuutta ja mukana on myös muita kuin asiantuntijoita. Lähes jokaisella analysointia tekevällä henkilöllä on oltava halu oppia asiasta jotakin, muuten ei tarpeeksi laajaa tiedonkeruuta aiheen pohjalta tule välttämättä tehtyä.

6.2 Tavoitteet

Kyselyn tulokset ja analysoinnin tavoitteet on rajattu siihen, että Yritys Oy saisi niiden avulla jatkaa omaa kehitystyötään omien asiantuntijoidensa avulla. Monesti tutkija sortuu liian laajoihin tulkintoihin ja aihealueet pääsevät karkailemaan ja huomaa pian vastailevansa ongelmakysymyksiin, joissa tutkija itse ei ole paras asiantuntija. Ratkaisun löytämiseksi analysoijan ammattitaito ja kokemus antavat realistisempaa tietoa yritykselle. Analyysityölle on asetettava omat tavoitteet: mihin tämä työ tähtää ja mitä hyötyä tästä tavoitellaan. Analysointikohteen oikea raja on erityisen vaativa tehtävä. Sekä liian suppea aiheen raja on että liian laaja tarkastelu voivat johtaa kohtalokkaasti väärin johtopäätöksiin. (Kamensky 2012, 118.) Tutkimuksen tarkoituksena on saada tietoa, minkälaista raportointia asiakkaat ovat tähän asti käyttäneet Yritys Oy:lta tai itse hankkimanaan ja minkälaisesta raportoinnista asiakkaat olisivat jatkossa kiinnostuneita, missä muodossa he sitä haluaisivat ja kuinka usein.

Kyselyyn vastasi Yritys Oy:n asiakkaista melko suppea määrä, mutta kokonaisuudessaan 90 vastaajalta kerätty tieto on vertailukelpoista ja luotettava tietolähde, jota voidaan alustavien ja jatkotoimenpiteiden suunnittelussa helposti käyttää. Oikea tietopohja on hyvin kriittinen asia analysointiprosessissa. Jos tietopohja on väärä tai riittämätön, ei hienokaan analysointiprosessi pysty korjaamaan asiaa. Tietopohjan oikeellisuus pelkistyy kahteen pääasiaan: tiedon kannattavuuteen (validiteettiin) ja tiedon luotettavuuteen (reliabiliteettiin). Opinnäytetyön kannattavuutta ja luotettavuutta onkin jo esitetty tarkemmin raportin ensimmäisissä luvuissa.

Kattavuus ilmaisee, onko tietomme ylipäänsä oikealta alueelta ja kattaako se alueesta riittävän suuren osan. Täydellisen tiedon hankkiminen on usein mahdotonta taikka liian hidasta tai kallista, mutta tiedon on oltava sellaista, että me sillä pystymme mittaamaan ja kuvaamaan juuri sitä ilmiötä, jota olemme selvittämässä. (Kamensky 2012, 118.) Tähän ongelmaan törmättiin myös tässä raportissa, jossa olisi ollut mahdollisuus kerätä enemmänkin tietoa, mutta aikaa kyselyn tuloksien saamiseen rajattiin kolmeen viikkoon ja kahteen muistutusviestiin, jonka jälkeen aloitettiin tiedon keruu. Asiakkaat jotka ovat aidosti kiinnostuneita vastaamaan kyselyyn, oletettiin vastaavan tähän määräaikaan mennessä. Toki jos aikaa olisi käytetty enemmän, olisi

kyselyllä ollut mahdollisuus laajentua jopa puhelinkyselyyn, mutta opinnäytetyönä työnlaajuus olisi ollut melko suuri yhdelle ihmiselle toteutettavaksi ja Yritys Oy:n kulttuuriin sähköinen asiointi yrityksen asiakkaille on kaikin puolin käytännöllisempi tapa lähestyä vastaajia. Tietoista huonon tietopohjan käyttöä esiintyy, kun haluamme päästä tiettyyn lopputulokseen ja vakuuttaa asianosaiset analyysillämme. Tai sitten syy on hyvin inhimillinen: ajan puutteessa käytetään sitä tietoa, joka on saatavilla, eikä sitä, jota tarvitsemme. (Kamensky 2012, 119).

Jotta analysointi olisi kokonaisuudessaan onnistunut, joudutaan käsittelemään laajoja ja monimutkaisia aihealueita, ja onnistunut analysointi tarkoittaa yksityiskohtaista ja täsmällistä tietojen käsittelyä. Muokkaamme, erittelemme ja yhdistelemme tietoa, katsomme asioita erilaisista näkökulmista ja erilaisilla kriteereillä, teemme määrällisiä ja laadullisia arviointeja. Tulisi jaksaa koota ajatukset yhteen ja selvittää, mikä analyysissä on kaikkein olennaisinta. On tehtävä synteesi ja muodostettava kokonaisnäkemys. (Kamensky 2012, 123.) Ehkä tutkimuksen aihe herättää Yritys Oy:lla uusia kysymyksiä, jotka johtavat yhä laajempiin kysymyksiin ja vastauksien etsimiseen, joiden avulla toimintamalleja saadaan selkeytettyä. Opinnäytetyössä käy ilmi, että vaikka kirjanpito-ohjelma tarjoaa omia valmiita raportointimalleja, eivät asiakkaat ole niitä halukkaita käyttämään, jos heillä ei ole mahdollisuus saada siihen rinnalle ulkopuolisen asiantuntijan näkemystä. Kaikilla ei ole mahdollisuutta palkata yrityksen sisäistä controlleria tai talousjohtajaa, joten monesti yrittäjä itse ottaa talousjohtajan roolin, vaikka välttämättä ei hänen kokemuksensa ole siihen riittävä, mutta sillä on pärjättävä mitä on. Yritys Oy:lla olisi tässä mahdollisuus olla asiakkaidensa tukena, ja vaikka yhä enemmän sähköistyvä maailma kehittyikin, osaavat yrittäjät edelleen arvostaa henkilökohtaista palvelua.

Kyselystä pystyy rakentamaan joitakin johtopäätöksiä suoraan, mutta jatkuva itsekriittisyys on tervettä, eikä pidä koskaan pitää mitään itsestään selvyytenä. On kuitenkin pystyttävä realisoimaan tulokset niin, että ne voidaan esittää tositietona luotettavasti. Toimenpide-ehdotusten tekeminen on kriittisimpiä vaiheita helikopterissa pysymisen kannalta. Silloin on pystyttävä tekemään päätelmät kylmien tosiasioiden pohjalta, ei mieltymystemme ja uskomustemme perusteella. (Kamensky 2012, 124.) Jo kyselyn alussa tutkija huomaa tekevänsä jo omia johtopäätöksiään tulevista vastauksista, vaikka ei voinut niitä mitenkään ennakoida. Se, onko kyselyn tulokset mielekkäitä toimeksiantajalle tai asiakkaalle, ei pitäisi olla merkitystä.

Aikaisemmin on esitetty taulukossa kyselyn vastaanottajan taustojen tiedon vastaanottamisesta, jossa torjuminen voi johtaa vääristyneeseen tietoon ja sen analysoimiseen.

Tarkoitus on esittää kyselyllä Yritys Oy:lle selkeitä johtopäätöksiä sortumatta kliseisiin, jotta voisi vakuuttaa kyselyn oikeellisuuden ja arvon sellaisenaan kuin se on tehty. Perusteltuna on esitetty kyselyn tekomenetelmät ja aineiston hankinta, jotka rajaavat johtopäätöksiä sen perusteella, mistä kyselyn taustat ovat rakentuneet. Johtopäätökset ovat usein liian yleisiä ja töksähtäviä tyyliin ”Kilpailu on alallamme kovaa”. Johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset voidaan esittää saman otsikon alla, mikäli johtopäätökset on niin hyvin yksilöity, että ne osoittavat ehdotukset jatkotoimenpiteiksi. (Kamensky 2012, 124.) Jatkotoimenpiteitä varten rakennettuja johtopäätöksiä ei voida vielä tässä vaiheessa laajalti tehdä, sillä analysointivaihe on vasta alkumetreillä ja tarkoitus olisi tästä jatkaa tarkemmilla toimenpide-ehdotuksilla ja toimintatapamenetelmien kehittämisessä. Huolellisesti tehdyt johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset ovat edellytys sille, että analyysit vaikuttavat oikealla tavalla suunnitelmiin ja toimintaan. Helikopteriperspektiivistä ei pidä tässäkään vaiheessa luopua, jotta valintoja ei tulisi tehtyä mieltymystemme ja uskomustemme mukaan eikä liiketoiminnan tulevaisuuden tarpeiden mukaan. Jos koetaan, että tarvittavien raportointimallien rakentaminen ei ole tässä vaiheessa kannattavaa, on sitä lykättävä siihen asti, kunnes on näyttöä, että kysyntä on sopivalla tasolla ja aika riittää sen toteuttamiseen.

6.3 Analyyseillä johtopäätöksiin

Tutkimustuloksia tarkasteltaessa yritetään löytää se punainen lanka, jotta saataisiin ratkaisu tutkimuksen ongelmaan. Ongelmana oli selvittää, minkälaista raportointia Yritys Oy:n asiakkaat ovat käyttäneet tähän asti ja millaisista raporteista he olisivat kiinnostuneita. Minkälaisessa muodossa he toivoisivat raportointia saavansa ja missä muodossa se olisi kaikista selkeintä tulkita. Saataisiinko Yritys Oy:lle rakennettua jokin yhtenäinen raportointitapa, joka voitaisiin tarjota kaikille Yritys Oy:n alla toimiville tilitoimistoille osana palveluliiketoimintaa, joka kuuluu konsernin perus elementteihin ja näin tuotettaisiin asiakkaille lisäarvoa tilitoimistopalveluihin.

Yritys Oy:n tilitoimistopalvelut pohjautuvat lähtökohtaisesti heidän yhteiseen käyttämään sähköiseen kirjanpito-ohjelmaan, josta asiakas voi halutessaan myös itse seurata yrityksensä taloudellista tilannetta. Kyselyn tuloksista päätellen, suurin osa niin tekeekin, koska se yleisesti on perusta sähköisen kirjanpidon hankinnalle, mutta ongelmia syntyy yleisesti aineiston tulkittavuuden kannalta. Ja vaikka monella onkin käytössä sähköinen kirjanpito-ohjelma ja heillä on mahdollisuus käyttää kaikkia sen työkaluja, on monesti tiedon puute ja taidottomuus esteenä niiden kokonaisvaltaiselle hyödyntämiselle. Tähän Yritys Oy:n toiminta pyrkiikin tuottamaan asiakkailleen vastuullisia kirjanpitopalveluja, että heitä informoidaan mitä yrityksen taloudessa tapahtuu.

Monesti tilitoimistot kompastuvat kuitenkin ajan puutteeseen, joten mahdollinen raportointi tulisi olla mahdollisimman vaivatonta, jotta se ei veisi liikaa aikaa kirjanpitäjältä. Yritys Oy veloittaa erillisen maksun asiakkailta kaikesta lisätyöstä, joten hintaa ei haluta hirveästi nostaa erillisen raportoinnin vuoksi, mutta lisäarvoa se toisi merkittävästi Yritys Oy:n palveluille, jos asiakkaat kokevat sen heille tärkeäksi ja luottavat asiantuntijoihin.

Vastaajista suurin osa oli pienempiä pk-yrityksiä lähinnä muualta kuin pääkaupunkiseudulta ja monessa työntekijöitä oli korkeintaan viisi henkilöä. Suurin osa Yritys Oy:n asiakkaista onkin pk-yrityksiä, sillä kirjanpito-ohjelman kapasiteetti ei ole tarkoitettu suurempien volyymien käsittelyyn reskontratyökaluna. Toki muutama yli miljoonan liikevaihtoluokan yrityksiä oli kyselyssä mukana ja myös yli 500 000 euroa vaihtavia riitti 14 yritystä. Tutkimuksen tuloksia tarkasteltaessa monestikin suuremmilla yrityksillä on vaikeampi saada kasattua taloutensa tunnuslukuja yhteen ja heillä olisi kapasiteettia myös maksaa näistä palveluista. Olisi kuitenkin hyvä, että jo aloittavillekin yrittäjille voitaisiin tarjota riisuttua raportointipalvelua, jotta he näkisivät, kuinka suuri vaikutus sillä on heidän kirjanpitopalveluihinsa verrattuna perinteistä paperista kirjanpitoa tarjoaviin tilitoimistoihin, joissa raportointitiedot tulevat periaatteessa aina puolitoista kuukautta myöhässä. Samalla he oppisivat heti liiketoimintansa alussa seuraamaan raportteja, jolloin raportointityökalun myyntiä voitaisiin mahdollisesti tehostaa.

Raportoinnin tarvetta mitattaessa on myös hyvä, että suurimalla osalla asiakkaista on osto- ja myyntireskontra käytössä, sillä niiden kautta yhä laajempia raportteja on

mahdollista saada tuotettua. Parillakymmenellä oli käytössään vain perinteinen kirjanpito, mutta on heilläkin mahdollisuus päästä tarkastelemaan esimerkiksi tuloslaskelmaa suoraan ohjelman kautta. Muutamalla asiakkaalla oli myös vaihtoehtona kirjanpito ja palkanlaskenta ilman osto- tai myyntireskontria. Lähes jokainen vastaaja väittää seuraavansa taloudellista tilannetta suoraan kirjanpito-ohjelmasta. Vaihtoehtona olisi ollut, että eivät seuraa, mutta saavat raportit kirjanpitäjältään, mutta tämän vaihtoehdon valitsi ainoastaan yhdeksän vastaajista, joten monilla vastaajilla ei ole kokemusta valmiista tuotetuista raporteista, muusta kuin tuloslaskelmasta ja taseesta.

6.4 Raporttien käyttö ja seuranta

Vastaajilta, jotka kertoivat seuraavansa taloudellista tilannetta suoraan kirjanpito-ohjelmasta, haluttiin seuraavana selvittää, miten he itse kokevat saatavien raporttien käytännöllisyyden ja minkälainen hyöty siitä heille on. Kokonaiskeskiarvoksi kaikille väittämille tuli 3,4 eli melko tyytyväisiä vastaajat olivat kirjanpito-ohjelmasta saatuihin raporteihin. Moni oli sitä mieltä, että raportit ovat hyödyllisiä, mutta ne ovat melko vaikeasti tulkittavissa eli omat taidot eivät välttämättä riitä tarvittujen raporttien tuottamiseen esim. kannattavuudesta tai maksuvalmiudesta. Se, osaavatko vastaajat hyödyntää itse kirjanpito-ohjelman tuottamia raportteja, jakoi porukan kahteen osaan että melko samaa mieltä ja täysin samaa mieltä välillä. Tähän kohtaan kuitenkin esiintyy muutamia ristiriitaisia vastauksia kyselyn muissa osioissa, joita tarkennetaan myöhemmin tässä raportissa. Vastaajat saattoivat myös tulkita pelkästään tuloslaskelman ja taseen seurattaviksi raporteiksi. Tuloslaskelma ja tase ovat kyllä raportteja ja niistä löytyvät tarvittavat tiedot sekä tunnusluvut kannattavuuden ja maksuvalmiuden laskemiseen, mutta kuinka monella on siihen aikaa tai taitoja karttaa jatkuvasti kuukausitasolla yrityksensä taloudellista tilannetta.

Vastaajilta otettiin selvää myös, minkälaista säännöllistä raportointia he ovat valinneet käytettäväksi tähän asti. Suurimmalla osalla oli käytössä jo tiedossa oleva kvartaaliraportti, jossa vertaillaan kahta tai useampaa kuukautta keskenään tuloslaskelman tunnuslukujen kautta ja asiakas saa itse seurata lukuja sekä tehdä analyysyjä. Yksittäiset henkilöt saivat raportteja kustannuspaikoista, projektiseurannasta ja palkkojen, matka- ja kululaskujen sekä henkilörekisteristä. Nämä ovat ehkä tärkeimmät raportit rakennusalan yrittäjille, sillä eri

rakennuskohteiden kustannusseuranta on siellä erityisen tärkeää, jonka koetaan lisäävän kirjanpitäjän työmäärää. Näiden tueksi voisi olla hyvä, jos Yritys Oy:llä olisi käytössään tarvittavat raportit kirjanpito-ohjelman kautta, joita varmasti ohjelmasta löytyykin, mutta ovatko ne miten asiakkaan käytettävissä?

4					
5	Yritys:				
6					
7					
8	Tuloslaskelman erä	Edeltävä kk	Kulunut kk	Muutos	Kommentit
9					
10	Liikevaihto				
11					
12	Tulos ennen veroja				
13					
14	Kulut				
15	Henkilöstökulut				
16	Vapaaehtoiset henkilösivukulut				
17	Toimitilakulut				
18	Ajoneuvokulut				
19	Atk-laite ja ohjelmistokulut				
20	Muut kone- ja kalustokulut				
21	Matkakulut				
22	Edustuskulut				
23	Markkinointikulut				
24	Hallintopalvelut				
25	Muut hallintokulut				
26	Muut liikekulut				
27					

KUVA 4. Vertailuraportti

Kahdella vastaajista ei ollut käytössään minkäänlaista raportointia, mutta he olivat kuitenkin aikaisemmassa kysymyksessä vastanneet saavansa raporttinsa kirjanpitäjältään. Seuraavia raportteja ei ollut yhdelläkään yhdeksällä vastaajalla käytössään:

- Budjetointi
- Tulosten analysointi ja ennustaminen
- Kassavirtalaskenta
- Myynnin ja asiakasrekisterin raportit
- Ostojen ja toimittajarekisterin raportit
- Jokin muu, mikä?

Seitsemän vastaajista kertoi seuraavassa kysymyksessä, miten he saavat raporttinsa kirjanpitäjältään. Kolme vastaajista sai kerran kuussa ja loput kvartaaleittain tai harvemmin. Monesti asiakkaat saavat raportit erikseen pyydetessä kirjanpitäjältään, jolloin niiden tekemisestä veloitetaan erikseen tuntihinnaston mukaisesti. Tässä vaiheessa kun vastaajien määrä putoaa aina kyselyn edetessä, olisi ollut toivottavaa, että olisi asetettu jokaisen kysymyksen kohdalle pakollisuus vastaamiseen. Vastaajat olisivat silloin oikeasti voineet vastata joka kohtaan jättämättä vastaamatta sen vuoksi, koska eivät osanneet valita sopivaa vaihtoehtoa. Vaihtoehtojen kohdalla lähes jokaisessa oli kuitenkin mahdollisuus aina vastata vapaisiin kirjoituskenttiin, johon olisi voinut halutessaan antaa tarkentavia vastauksia, jos sopivaa vaihtoehtoa ei listasta olisi löytynyt.

Kysymys numero 10 oli vastausvaihtoehdoista kaikista laajin ja sen tulkinnassa on oltava tarkkana väärän johtavien johtopäätösten tekemisessä. Tässä on erityisesti pyritty erottelemaan otsikoilla eri aihealueiden vastausvaihtoehdot, jotta asiakkaat ymmärtäisivät, minkälaisesta raportoinnin tasosta on kyse. Eri raporttivaihtoehtojen perään on varta vasten laitettu vielä esimerkit tarkoitetuista raporteista, jotta vastaajille olisi helppo valita oikea vaihtoehto ilman suurempaa taloushallinnon syvempää ymmärrystä.

Kannattavuus ja maksuvalmiuden alla olevat tilit ja tiedot ovat kyselyn perusteella eniten seurattuja taloudellisia tunnuslukuja. Vähiten seurantaa tehtiin näistä kolmesta eri kategoriasta vakavaraisuuden osalta. Ehdottomasti seuratuin oli myyntitili, jota seurasi 82 vastaajasta 64. Monesti pienemmät pk-yritykset vertaavat yrityksen tulosta suoraan myyntikatteeseen, mutta todellisuudessa omalle pääomalle saatava tuotto on myös tärkeä tunnusluku kun halutaan seurata yrityksen taloudellista tilannetta. Taulukossa 6 on selkeästi kuvattu, mitä tilejä asiakkaat vastasivat seuraavansa ja mitä eivät seuraa, mutta haluaisivat seurata. Pääoman kannattavuus, pääomalle saatu tuotto oli kaikista halutuin seurattava tunnusluku, jota harva kuitenkaan seuraa. Enemmän kuin viisi asiakasta oli valinnut haluavansa seurata menotilejä, katetuottoa, pitkäaikaiset/lyhytaikaiset lainat ja velat rahoituslaitoksilta, kassavirta kuukausittain ja viikoittain, yrityksen omaisuuden arvoa, yrityksen vieraanpääoman arvoa sekä vakavaraisuutta. Pääomalle saatavaa tuottoa kun ei ole valmiina nähtävissä tuloslaskelmasta tai taseesta, joten sen seuraamiseen täytyy osata etsiä oikeat tiedot tunnuslukujen laskemiseen.

TAULUKKO 7. Seuratut tunnusluvut

	Kyllä seuraan	En seuraa, mutta haluaisin
Vastaajia yhteensä 82		
Kannattavuus		
Myyntitilit (Liikevaihto)	64	2
Liikevaihdon muutoksia	47	2
Menotilejä (henkilöstö, raaka-ainekulut jne.)	50	6
Pääoman kannattavuus, pääomalle saatava tuotto	11	10
Katetuotto	15	6
Liikevoitto	47	4
Rahoituskulut (korkokulut)	17	4
Joku muu, mikä?	1	0
Maksuvalmiutta		
Pitkäaikaiset/lyhytaikaiset lainat ja velat rahoituslaitoksilta	19	7
Myyntisaamiset ja niiden maksuaika	49	2
Ostovelat ja niiden maksuaika	38	3
Kassavirta kuukausittain	27	7
Kassavirta viikoittain	16	7
Varaston arvo ja varaston kierto nopeus	7	5
Joku muu, mikä?	0	0
Vakavaraisuutta		
Yrityksen omaisuuden arvo	23	7
Yrityksen vieraanpääoman arvo	16	7
Tulorahoitusta eli miten hoidetaan vieraan pääoman takaisinmaksua	14	5
Vakavaraisuutta	23	7
Joku muu, mikä	0	0

Myyntitilejä ja katetuottoa on ehkä helpointa seurata suoraan tuloslaskelmalta, jonka vuoksi niin moni niitä kertoi seuraavansakin. Katetuotto saadaan helposti vähentämällä myynneistä muuttuvat kustannukset. Tämän jälkeen vähennetään saadusta katteesta kiinteät menoerät, josta saadaan liikevoitto. Tämän raportin tilitoimistot toimittavat asiakkaillensa kerran vuodessa ja sitä kutsutaan tilinpäätökseksi. Tilinpäätöksen tekemiseen kuitenkin menee helposti aikaa useita työtunteja, jonka vuoksi sitä ei voida useaan kertaan vuodessa tehdä. Tilitoimistot veloittavat tilinpäätöksen tekemisestä erikseen, joka on arvokkaampaa kuin peruskirjanpitorutiinien hoitaminen.

Tunnuslukuja voi myös tilata erillisiltä palveluilta internetistä, mutta niissä on oltava huolellinen ja tarkkana, että osaa syöttää oikeat luvut taulukoihin. Monesti näistä tiedoista on jokin maksu, joten täysin ilmaista näiden palveluiden käyttö ei ole. Niin yksinkertaista kun lyhyen perehtymisen jälkeen jokainen voisi oman excel -

taulukon tehdä ja seurata itsenäisesti taloudellista tilannetta, eivät he sitä ajanpuutteen vuoksi tee tai eivät välttämättä luota tarpeeksi omiin kykyihinsä tuottaa tietoa, joka olisi niin relevanttia, että sitä voisi esittää myös esim. yrityksen sijoittajille.

Taulukossa 1 on mainittu kerran, että joku seuraa kannattavuuden alla jotain muuta kuin mitä on vastausvaihtoehdoissa annettu, ja vastaaja kertoo seuraavansa palkkakuluja. Palkkakulut kuuluvat kuitenkin jo kyselyssä olevaan vaihtoehtoon, menotileihin. Kannattavuutta kertoi olevansa seuraamatta 10 vastaajista, maksuvalmiutta 11 ja vakavaraisuutta 25 vastaajaa. Tämäkin kertoo siitä, että vakavaraisuuden seuraaminen pk-yrityksissä on heikolla tasolla. Tilitoimistona Yritys Oy voisi tarjota juuri näitä asiantuntijapalveluja tuomalla lisäarvoa asiakkailleen ja rakentaa organisaatiotaan kehittämällä yhtenäisiä ja toimivia raportointipalveluja jokaisen tilitoimiston käyttöön.

Asiakkaiden käytössä toimiva kirjanpito-ohjelma tarjoaa kyllä talouden tunnusluvuista kertovia raportteja, mutta se vaatii siihen erillisen ladattavan työkalun, jonka käytöstä veloitetaan erikseen käyttömaksu joka kuukausi. Erillistä raportointityökalua käyttävät lähinnä vain suuremmat liikevaihtoluokan yritykset. Ohjelmiston tarvittavat raportit eivät ole kaikista käyttäjälle ystävällisemmät ja vaatii pientä perehdytystä, jotta taulukoita voisi yksinkertaisesti silmäillen nopeasti tulkita. Excelin kautta tai samankaltaista ulkoasua mukailevat taulukot ovat tavalliselle ilman taloushallinnon koulutusta omaavalle henkilölle sopivampi tapa tuottaa tietoa tulkittavaan muotoon.

Sekään ei pelkästään riitä, että tiedot vain annetaan asiakkaalle, vaan ne tulisi tulkita kirjanpitäjän kanssa, jolloin asiakas saisi arvokasta tietoa yrityksensä taloudellisesta tilanteesta suoraan perusteluineen. Näiden pohjalta voisi tehdä tulosbudjetteja, mutta monet pitävät budjettien tekemistä kovin hankalana, koska budjeteista ei olisi varaa luistaa ja niiden mukaan tulisi tarkasti hoitaa liiketoimintaa. Budjettien päivittämistä pidetään kovin työläänä, joten senkään vuoksi sitä ei kovin usein meinata tehdä.

Kyselyssä 83 vastaajista 45 sai edellä mainitut raporttinsa kirjanpitäjältä. Loput 38 eivät saaneet eli hankkivat ne muualta tai tuottavat ne itse. Yritys Oy:n muutamilla tilitoimistoilla on käytössä erillinen Talgraf- ohjelmisto, joka tuottaa yritykselle talouden tunnuslukuraportteja ja on käyttäjäystävällisempi Yritys Oy:n oman kirjanpito-ohjelman tuottamaan taulukoitiin verrattuna. Monilla on siitä positiivisia

kokemuksia ja se on integroitavissa kirjanpito-ohjelmaan. Kaikki asiakkaat eivät kuitenkaan tarvitse näinkään raskaita työkaluja perustunnuslukujen ja tunnuksien rakentamiseen. Tilitoimistot voisivat tarjota ns. ”kevennettyä” raportointia, josta ei tulisi työmäärällisesti niin paljoa laskutettavaa asiakkaalta, mutta saataisiin asiakkaan näkökulmasta tuotettua hänelle suurempaa informaatiota yhdistettynä hyvään ihmisläheiseen asiakaspalveluun. Kirjanpitäjä ei olisi vain henkilö, joka kirjaa laskuja ja tuottaa numeroita, vaan hän tarjoaisi asiakkaalleen sitä informaatiota, jota hän kaipaa yrityksensä liiketoiminnan tueksi. Varsinkin pienemmille ja aloittavilla yrityksillä ei ole mahdollisuutta ottaa käyttöön heti mittavia taloudenseurantajärjestelmiä, mutta Yritys Oy voisi opettaa heidät jo heti alusta alkaen yhteistyössä seuramaan taloudentilannetta, jolloin varmasti myöhemmin liiketoiminnan kasvaessa voitaisiin saada asiakas ostamaan enemmän raportointipalveluja. Näin myös opitaan tuntemaan asiakasta yhä enemmän, jolloin tulevaisuuden liikekumppanuus tulisi johtamaan pitkäaikaisempaan yhteistyöhön.

6.5 Asiakkaiden tarpeet

Kyselyssä vastaajilta haluttiin saada tietää, missä muodossa he toivoisivat raportointia saavansa, mikäli saivat raporttinsa kirjanpitäjältään ja mikä heistä olisi sopiva yhteydenpitotaajuus kirjanpitäjän osalta. Suurin osa asiakkaista toivoisi raportointia kirjallisesti, heistä 29 eli 61,7 % oli tätä mieltä ja suullista raportointia toivoi 36,2% eli 17 vastaajaa. Tuloksista on havaittavissa, että kirjallinen raportointi on tärkeää, mutta suullinen tulkinta kirjallisen raportin tueksi on myös hyödyllinen työkalu ja auttaa asiakasta helpommin ymmärtämään raportin sisältöä. Kerran kuukaudessa raportointi oli ehdottomasti suosituin vaihtoehto. 47 vastaajaa 69:stä oli tätä mieltä ja vain 26,1 % eli 18 piti kvartaaliraportointia riittävänä kun taas kaksi vastaajaa viikoittain tai harvemmin kuin kvartaaleittain. Kerran kuukaudessa raportointi sopii monelle ehkä senkin vuoksi, että tilitoimistot laskuttavat kuukausittain käytettyjen volyymien mukaan ja samalla siinä saisi aina takautuvasti menneen kuukauden taloustilanteen.

Tunnuslukugrafiikka

Volyymi <i>Liikevaihdon muutosprosentti</i>					Kannattavuus <i>Sijoitetun pääoman tuotto</i>				
	2006	2007	2008	2009		2006	2007	2008	2009
Yritys	4,3	24,0	18,9	9,5	Yritys	74,1	104,2	160,5	231,7
Yläkvartiili	24,4	23,8	25,0	44,0	Yläkvartiili	51,3	42,0	39,5	38,0
Mediaani	4,1	2,6	6,2	12,5	Mediaani	20,0	11,1	3,6	3,6
Alakvartiili	-20,0	-12,1	-12,1	-9,4	Alakvartiili	0,0	-1,7	-0,3	-2,1

Vakavaraisuus <i>Omavaraisuusaste</i>					Maksuvalmius <i>Current ratio</i>				
	2006	2007	2008	2009		2006	2007	2008	2009
Yritys	76,6	70,7	39,2	37,2	Yritys	1,7	1,5	0,8	0,8
Yläkvartiili	78,0	83,5	87,3	81,0	Yläkvartiili	3,7	3,1	6,3	2,5
Mediaani	57,0	57,1	55,4	41,7	Mediaani	1,9	1,9	2,1	1,3
Alakvartiili	28,6	21,8	20,1	5,6	Alakvartiili	1,1	1,0	1,0	0,8

KUVA 5. Esimerkki tunnuslukugrafiikasta, Asiakastieto.fi

Yritys Oy:tä kiinnosti myös saada tietää, mitä raporteista asiakkaat olisivat kiinnostuneita käyttämään päätöksenteon tukena. Tähän kysymykseen vastasi 65 vastaajaa. Vastaukset jakaantuivat melko tasaisesti kaikkien vastausvaihtoehtojen kesken, eikä sieltä erottunut selvästi mikään raporteista. Kaikista suosituin toivottu raportti oli vertailuraportti, jossa vertaillaan kahta tai useampaa kuukautta keskenään. Taulukossa 8 näkee kuinka tulokset jakaantuvat vastaajien kesken.

Tietenkin kaikkia osa-alueita asiakkaat haluavat seurata, mutta jos heidän tulisi valita heille tärkeimmät raportit, olisiko silloin vastaukset olleet erilaisia? Lisäksi jokainen raportti maksaa, joten asiakkailla ei välttämättä ole varaa maksaa jokaisesta raportista erikseen. Se, että monet olivat valinneet vertailuraportin, voi kertoa siitä, että he haluaisivat sellaista raporttia, joka sisältäisi kerralla useamman tunnusluvun. Kuvassa 5 on esimerkki tunnuslukugrafiikasta, kuinka tunnusluvut voitaisiin esittää mahdollisimman kattavasti ja helposti tulkittavassa muodossa. Asiakas pystyy suoraan vertaamaan tulosta ylä- ja alakvartiiniin, josta näkee millä tasolla yrityksen talous kulkee.

TAULUKKO 8. Mistä asiakkaat olisivat kiinnostuneita

Kustannuspaikkaraportti	21
Vertailuraportti (Kuukausikohtainen tuloslaskelma, jossa vertaillaan kahta tai useampaa kuukautta)	29
Budjetointi	26
Projektiseuranta	12
Tulosten analysointi ja ennustaminen	21
Kassavirtalaskenta	23
Palkkojen, matka- ja kululaskujen sekä henkilöstökulut	25
Myynnin ja asiakasrekisterin raportit	23
Ostojen ja toimittajarekisterin raportit	15
Jokin muu, mikä?	0
En ole kiinnostunut raporteista	16

Kuvan 6 esimerkin mukaisesti tunnusluvut voidaan myös esittää rinnakkain ja vertaillen kahta tai useampaa tilikautta. Kuukausitasolla raportointiakin voisi tehdä. Se, millä tavalla asiakkaat haluaisivat raportteja saada, sai kaksi vastausvaihtoehtoa eniten kannatusta, jotka antavat ristiriitaista tietoa siitä, ovatko asiakkaat kiinnostuneita henkilökohtaisesta palvelusta vai haluavatko he vain tukeutua käyttämäänsä kirjanpito-ohjelmaan. 71 vastaajasta 47,89 % eli 34 oli sitä mieltä, että he katsovat itse suoraan kirjanpito-ohjelmasta. Vain 40,85 % eli 29 vastaajaa haluaisi saada tiedot sähköpostitse. Vain viisi vastaajaa halusi raporttinsa puhelinalaverina kirjanpitäjän kanssa. Vain yksi asiakas vastasi haluavansa tulkita raportin henkilökohtaisesti kirjanpitäjän kanssa. Eräs vastaaja ehdotti, että jotain vakionuotoista online-raportti taloudellisista perusindikaattoreista (="kk-tuloslaskelma"), johon muistutus ja linkki automaattisesti sähköpostilla kerran kuukaudessa. Tämä on mielestäni ihan varteenotettava idea, jota voisi ajatuksen lähteä rakentamaan eteenpäin. Mikäli Yritys Oy käyttäisi tunnuslukujen tuottamiseen internetselaimella toimivaa ohjelmaa, joko nykyistä tai toista ohjelmaa, voisiko kirjanpitäjä rakentaa raportit valmiiksi asiakkaalle, joka käy ne ohjelman kautta tarkistamassa?

Yrityksen tunnusluvut

Tilikausi	31.12.2006	31.12.2007	31.12.2008	31.12.2009
Volyymi				
Liikevaihto tEUR	20.708,6	25.671,3	30.533,5	33.424,1
Liikevaihdon muutos %	4,3	24,0	18,9	9,5
Liikevaihto tEUR/henkilö	151,2	187,4	221,3	257,1
Jalostusarvo tEUR /henkilö	108,7	135,6	158,9	184,4
Kannattavuus				
Käyttökate %	39,9	45,4	47,9	49,6
Liikevoitto %	33,6	39,6	43,1	44,9
Nettotulos %	26,3	40,6	43,6	45,1
Sijoitetun pääoman tuotto %	74,1	104,2	160,5	231,7
Kokonaispääoman tuotto %	60,7	81,1	95,9	101,1
Maksuvalmius				
Quick ratio	2,1	1,7	0,9	0,9
Current ratio	1,7	1,5	0,8	0,8
Vakavaraisuus				
Omavaraisuusaste %	76,6	70,7	39,2	37,2
Net gearing	-0,1	0,1	-0,3	-0,4
Suhteellinen velkaantuneisuus %	13,3	14,7	27,3	27,5
Käyttöpääoma				
Käyttöpääoma %	2,8	5,2	7,1	4,9
Vaihto-omaisuus/liikevaihto %				
Myyntisaamisten kiertoaika pv	37	38	44	34
Ostovelkojen kiertoaika pv	110	84	83	66

KUVA 6. Yrityksen tunnuslukujen esittäminen, Asiakastieto.fi

Viimeisenä asiakkailta tiedusteltiin, miten heidän mielestään kirjanpitoraporttien luettavuutta ja ymmärrettävyyttä voitaisiin helpottaa. 65 vastaajasta 33,85 % eli 22 toivoi tunnuslukugrafiikkaa, jossa taulukkoon on merkitty tärkeimmät tunnusluvut. Esimerkki tällaisesta taulukoinnista löytyy kuvasta 6 ja 4. 16 vastaajaa toivoi, että raportit tulkitaan yhdessä kirjanpitäjän kanssa ja 12 eli 18,46 %, että raportit esitettäisiin pylväsdigrammeina. Kommenttia oli tullut vastaajilta, että nämä kaikki tulkittavuutta helpottavia tapoja voitaisiin yhdistää ensiksi numerotaulukoinnilla, jossa olisi mukana tarvittavat kuvaajat visualisoimassa suurempia muutoksia ja näitä tulkittaisiin yhdessä kirjanpitäjän kanssa.

Jäi vielä pohdittavaksi se, että tuottaako Yritys Oy raportit itse, vai rakennetaanko ne jonkun ohjelmiston kautta, josta asiakkaalle lähetetään linkki raportoinnin lukemiseen. Kuinka paljon tähän saataisiin sisällettyä ohjeistuksia raportoinnin tulkitsemiseen vai turvaudutaanko enemmän henkilökohtaiseen tulkintaan. Käytännön asioita raportoinnin tuottamiseen jätetään asiantuntijaryhmän pohdittavaksi ja arvioitavaksi.

7 LOPUKSI

Toimeksiantajalla on mahdollisuus lähteä kehittämään yrityksensä raportointia yhtenäisesti kaikkien tilitoimistojensa kanssa. Kokoamalla asiantuntijaryhmät pohdiskelemaan tämän tutkimusaineiston tuloksia he voivat rakentaa seuraavaa toimintamallia jatkokäsittelyä varten. Tässä voisi ottaa tavoitteeksi rakentaa Yritys Oy:lle kokonaan uusi tavaramerkki, jonka mahdollistaa sähköinen ohjelmisto ja ulkoisena talouspalveluna myöskin sähköinen raportoinnin tuottaminen onnistuisi. Seuraavana tulisi miettiä, mitä menetelmää raporttien tuottamisessa ruvetaan käyttämään. Turvaudutaanko Excelin tarjoamiin työkaluihin vai hyödynnetäänkö jo olemassa olevia raportointiohjelmia, kuten Talgraf-ohjelmaa, vai ulkoistetaanko raportointipalvelu jollekin sidosryhmistä. Miten kirjanpitäjiä tulisi tiedottaa ja ohjeistaa raportointiin sekä minkälaista viestintävälinettä käytetään raportoinnissa. Toimeksiantaja voi pyrkiä rajaamaan sitä, miten laajasti raportointipalvelua lähdetäisiin tarjoamaan ja palvelu koostettaisiin hinnoiteltuna kokonaiseksi palvelupaketiksi. Lähettääkö kirjanpitäjä asiakkaalle pelkän linkitysosoitteen johonkin ohjelmistoon, josta asiakas pääsee tarkastelemaan raportteja vai ottaako kirjanpitäjä yhteyttä puhelimitse ja lähettää asiakkaalle valmiiksi työstetyt raportit ja käy ne läpi yhteisesti tuloksia tulkiten.

Opinnäytetyö prosessina oli pitkäkestoinen ja se saatettiin alulle hyvissä ajoin vuonna 2012. Aiheen rajaaminen vei aikaa ja piti yrittää tarkentaa ohjeistuksia mahdollisimman tarkasti tiettyjen teemojen sisällä. Kyselyn rakentaminen oli monivaiheinen työskentely vaihe ja se vaati läpikäyntiä moneen kertaan, jotta kysely saatiin rakennettua sellaiseen muotoon, että uskottiin mahdollisimman monen kykenevän siihen vastaamaan. Kyselyn tulosten analysointia ei viety tässä vaiheessa täysin loppuun, vaan tarjottiin toimeksiantajalle siihen tarvittavat eväät, jotta asiantuntijat voivat omalta osaltaan tehdä päätelmiä kyselyn tuloksista. Myöskin asiantuntijat pystyvät rakentamaan toimenpide-ehdotukset Yritys Oy:lle sopivaan toimintamalliin kun he tuntevat jo olemassa olevat prosessit ja verkostointikanavat.

Yritykset panostavat yhä enemmän taloushallinnon ulkoistamiseen, joka vapauttaa aikaa muihin yrityksen johtotehtäviin. Asiakkaille toimitettava raportointiaineistoa pysytään tuottamaan yhä nopeammin, kattavammin ja sen tulee olla relevanttia. Kun

yritys luottaa raportointiinsa, leviää se organisaatiossa monille eri sidosryhmille, joka lisää näkyvyyttä ja raportteja saatetaan esittää yhtiön sijoittajille ja päättäjille, milloin Yritys Oy:n tunnettavuutta ja imagoa saadaan mukaan sisäiseen markkinointiin. Raportoinnin tarve tulee kasvamaan ja yritysten on oltava yhä herkemmin reagoitava ympäristön muutoksiin.

LÄHTEET

Suomen Asiakastieto Oy 2013. Aarre.fi. WWW-dokumentti.
<https://www.aarre.fi/aarre/>. Päivitetty 5.11. 2013. Luettu 8.11.2013

Suomen Asiakastieto Oy 2013. Lyhyt opas Sopimusasiakkaan palveluun. PDF-dokumentti. <http://www.asiakastieto.fi/pikaopas/verkkopalvelu.pdf>. Päivitetty 4.4.2013. Luettu 5.5.2013.

Suomen Asiakastieto Oy 2010. Aarre.fi. PDF-dokumentti.
https://www.asiakastieto.fi/avoimet/TUOT/pdf/talous_raportti.pdf. Päivitetty 29.6.2010. Luettu 13.6.2013.

Suomen Asiakastieto Oy 2013. Malliraportti. PDF-dokumentti.
http://www.asiakastieto.fi/documents/46608/48898/tarkastusraportti_malli.pdf/0cddd6e7-fd70-4dd4-842c-692ce202b1e2. Päivitetty 19.5.2013. Luettu 13.6.2013

Pohjanmaan Ekonomitoimisto 2013. Blogi kirjanpidosta ja sähköisestä taloushallinnosta. WWW-dokumentti.
<http://artikkelit.ekonomitoimisto.fi/bid/295252/Millainen-on-hyv%C3%A4-tilitoimisto>. Päivitetty 06.05.2013. Luettu 28.5.2013

Eskola, Jari., Suoranta, Juha 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino. Jyväskylä: Gummerrus kirjanpaino 2005.

Fennia Lehti 3/2013, Koko paletti saman katon alla. Outi Lappi. WWW-dokumentti.
http://www.fennia.fi/Fennia-ryhm%C3%A4/Mediapalvelu/Fennia-lehti/p1351236960824?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadername2=MDT-Type&blobheadervalue1=inline%3B+filename%3D_673564Fennialehti_3_2013.pdf&blobheadervalue2=abinary%3B+charset%3DUTF-8&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1351241091894&ssbinary=true. Päivitetty 23.5.2013. Luettu 15.10.2013.

Heikkilä, Tarja 2004. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Oy Edita Ab.

Hirsjärvi, Sirkka., Remes, Pirkko. & Sajavaara, Paula 2004. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Hirsjärvi, Sirkka. Hurme, Helena 2001. Tutkimushaastattelu, Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino

Kamensky, Mika 2012. Strategisen johtaminen, Menestyksen timantti. Helsinki: Talentum.

Suomen Taloushallintoliitto 2011. Kolme askelta ulkoistukseen. PDF-dokumentti.
<http://uusyrityskeskus.fi/sites/uusyrityskeskus.fi/files/OstajanOpasa.pdf>. Päivitetty 09.11.2011. Luettu 14.4.2013.

Koskinen, Ilpo, Alasuutari, Pertti & Peltonen, Tuomo 2005. Laadulliset menetelmät kauppatieteissä. Tampere: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kärkkäinen, Jaana 2011. Asiakkaiden odotukset Tilitoimisto Oy:n palveluista. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Lahtinen, Mira. Tervonen, Riitta 2009. Palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden kehittäminen tilitoimisto Valiotilit Oy:ssa. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Martikainen, Anna 2009. Taloushallinnon raportoinnin tehostaminen pk-yrityksessä. Lahden ammattikorkeakoulu. Liiketalous. Opinnäytetyö.

Mäntyneva, Mikko 2003. Asiakkuuden hallinta. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Partanen, Vesa 2007. Talousviestintä johtamisen tukena. Jyväskylä: Talentum.

Pesonen, Hanna-Leena, Lehtonen, Jaakko & Toskala, Antero 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Markkinointia, viestintää, psykologiaa. Jyväskylä: PS-kustannus.

Rutanen, Heli 2012. Raportoinnin kehittäminen tilitoimistossa talousjohdon näkökulmasta. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö

Salonen, Jani 2011. Asiakastyytyväisyys tilitoimiston palveluihin. Vaasan ammattikorkeakoulu. Liiketalous ja matkailu. Opinnäytetyö.

Tilastokeskus 2013. Informaatiopalvelujen tilinpäätöstilaston laatuseloste. WWW-dokumentti. http://tilastokeskus.fi/til/iptp/2011/iptp_2011_2013-02-21_laa_001_fi.html. Päivitetty 21.02.2013. Luettu 15.5.2013

Talgraf Oy 2013. Talgraf raportointijärjestelmä. WWW-dokumentti. <http://www.talgraf.fi/raportointi>. Päivitystietoja ei saatavilla. Luettu 1.10.2013.

Yritys Oy:n asiakas ja henkilöstölehti 2013, Talousosastot murroksessa – nyt etsitään uusia ratkaisuja.

Yritys Oy:n internetsivut 2013. WWW-dokumentti. Päivitetty 10.10.2013. Luettu 10.9.2012.

Kysymys 1

Minkä paikkakunnan Yritys Oy:n asiakas olette?

Espoo (1)	4
Espoo (2)	1
Espoo (3)	0
Espoo (4)	0
Espoo (5)	0
Helsinki (1)	1
Helsinki (2)	2
Helsinki (3)	0
Helsinki (4)	0
Helsinki (5)	5
Uusimaa (a)	1
Uusimaa (b)	1
Uusimaa (c)	5
Uusimaa (d)	0
Uusimaa (e)	0
Vantaa (1)	0
Vantaa (2)	3
Kanta-Häme (1)	2
Kanta-Häme (2)	0
Etelä-Savo (1)	7
Etelä-Savo (2)	27
Etelä-Savo (3)	3
Kainuu	2
Lappi	0
Päijät-Häme	2
Pirkanmaa	2
Pohjanmaa	1
Pohjois-Karjala (1)	0
Pohjois-Karjala (2)	0
Pohjois-Karjala (3)	0
Pohjois-Pohjanmaa (1)	4
Pohjois-Pohjanmaa (2)	0
Pohjois-Savo	8
Satakunta	1
Varsinais-Suomi (1)	0
Varsinais-Suomi (2)	1
Varsinais-Suomi (3)	7

Yhteensä

90

LIITE 1(2).
Kyselyn tulokset

Kysymys 2

Mihin liikevaihtoluokkaan kuulutte?

< 200 000 €	47
200 000 – 499 999 €	12
500 000 – 999 999 €	14
2 000 000 - 4 999 999 €	7
5 000 000 € - 9 999 999 €	1
> 10 000 000 €	2
1 000 000 - 1 999 999 (Huom!)	7

Yhteensä 90

Kysymys 3

Mikä on yrityksenne henkilöstön lukumäärä?

1 – 5	61
6 – 10	13
11 – 15	8
16 – 20	0
21 – 30	3
31 – 40	3
yli 50	2

Yhteensä 90

Kysymys 4

Mitä Yritys Oy:n palveluita olette käyttäneet?

Kirjanpito, sisältäen osto- ja myyntireskontrat sekä palkanlaskenta	65
Pelkkä kirjanpito (perinteinen malli)	21
Jokin muu, mikä?	3

Yhteensä 89

Avoimet vastaukset:

Jokin muu, mikä?

- kirjanpito ja palkat
- en mitään
- kirjanpito, palkanlaskenta, viranomaisilmoitukset

Kysymys 5

Oletteko seuranneet talouden tilannetta itse suoraan kirjanpito-ohjelmasta?

Kyllä olen seurannut	75
En ole seurannut itse, mutta saan raportit kirjanpitäjältä	9
En ole seurannut, mutta haluaisin saada raportit kirjanpitäjältä	4
En ole seurannut itse enkä halua raportteja kirjanpitäjältä	1
Yhteensä	89

Kysymys 6

Seuraavaksi esitämme teille väittämiä, jotka arvostellaan 1-4 asteikolla. (1 Täysin eri mieltä, 2 osittain eri mieltä, 3 Osittain samaa mieltä, 4 Täysin samaa mieltä) Valitkaa mielipidettänne vastaava luku. Lisätkää tarvittaessa kommentti. Olen seurannut talouden tilannetta itse kirjanpito-ohjelmasta:

	1	2	3	4	Yhteensä	Keskiarvo
Kirjanpito-ohjelman kautta saadut raportit ovat hyödyllisiä	0	2	24	48	74	3,62
suppea valikoima - puuttuu aivan perusraportteja						
Asettelu hölmö. Kokonaissummat tulisi olla ryhmän alla ei päällä						
Kirjanpito-ohjelman kautta saadut raportit ovat selkeitä ja helposti ymmärrettävissä	0	6	41	28	75	3,29
Osaan hyödyntää itse kirjanpito-ohjelman tarjoamia raportteja	1	7	37	30	75	3,28
ei koulutusta ja tietoa miten raportit saadaan ulos						
Osaan kyllä seurata tuloslaskelmaa ja tasetta. Onko siellä myös muitaraportteja.						
Yhteensä	1	15	102	106	224	3,40

LIITE 1(4).**Kyselyn tulokset****Kysymys 7**

Seuraavaksi esitämme teille väittämiä, jotka arvostellaan 1-4 asteikolla. (1 Täysin eri mieltä, 2 osittain eri mieltä, 3 Osittain samaa mieltä, 4 Täysin samaa mieltä)
Valitkaa mielipidettänne vastaava luku. Lisätkää tarvittaessa kommentti. Olen käyttänyt Yritys Oy:lta tilattuja raportteja:

	1	2	3	4	Yhteensä	Kesk iarvo
Mielestäni raportit ovat hyödyllisiä	0	1	4	3	8	3,25
Mielestäni raportit ovat selkeitä ja helposti ymmärrettävissä	0	2	3	3	8	3,13
Mielestäni raportit ovat tarpeellisia	0	1	4	3	8	3,25
Mielestäni raportit ovat riittäviä	1	0	4	3	8	3,13
Mielestäni erilaisia raportteja on ollut tarjolla tarpeeksi	2	0	3	3	8	2,88
Kommentit kuukausiraporteilla ovat riittäviä	0	1	4	3	8	3,25
Tahtoisin saada enemmän henkilökohtaista raportointia	0	2	3	3	8	3,13
Yhteensä	3	7	25	21	56	3,14

Kysymys 8

Minkälaista säännöllistä raportointia olette valinneet käytettäväksi tähän asti? Voitte valita yhden tai useamman vaihtoehdon.

Kustannuspaikkaraportti	1
Vertailuraportti (Kuukausikohtainen tuloslaskelma, jossa vertaillaan kahta tai useampaa kuukautta)	4
Budjetointi	0
Projektiseuranta	1
Tulosten analysointi ja ennustaminen	0
Kassavirtalaskenta	0
Palkkojen, matka- ja kululaskujen sekä henkilöreksterin raportit	1
Myynnin ja asiakasrekisterin raportit	0
Ostojen ja toimittajarekisterin raportit	0
Jokin muu, mikä?	0
En ole tilannut minkäänlaista raportointia	2

LIITE 1(5).
Kyselyn tulokset

Kysymys 9

Kuinka usein teille toimitetaan edellä mainitut raportit?

Viikoittain	0
Kerran kuussa	3
Kvartaaleittain	2
Harvemmin	2
Yhteensä	7

Kysymys 10

Seuraatko aktiivisesti seuraavien osa-alueiden tunnuslukuja yrityksenne kuukausi- tai muussa raportoinnissa? Voitte valita yhden tai useamman vaihtoehdon.

Kannattavuutta (Esim. Sijoitetun pääoman tuotto%)	
<i>Kyllä seuraan. Valitse seuraavista mitä:</i>	
Myyntitilit (Liikevaihto)	64
Liikevaihdon muutoksia	47
Menotilejä (henkilöstö, raaka-ainekulut jne.)	50
Pääoman kannattavuus, pääomalle saatava tuotto	11
Katetuotto	15
Liikevoitto	47
Rahoituskulut (korkokulut)	14
Joku muu, mikä?:	1
<i>En seuraa, mutta haluaisin. Kertokaa mitä?</i>	
Myyntitilit (Liikevaihto)	2
Liikevaihdon muutoksia	2
Menotilejä (henkilöstö, raaka-ainekulut jne.)	6
Pääoman kannattavuus, pääomalle saatava tuotto	10
Katetuotto	6
Liikevoitto	4
Rahoituskulut (korkokulut)	4
Joku muu, mikä?:	0
<i>En seuraa, koska en katso tarpeelliseksi</i>	10

LIITE 1(6).**Kyselyn tulokset**

Maksuvalmiutta (Esim. Current ratio)	
Kyllä seuraan. Valitse seuraavista mitä:	
Pitkäaikaiset/lyhytaikaiset lainat ja velat rahoituslaitoksilta	19
Myyntisaamiset ja niiden maksuaika	49
Ostovelat ja niiden maksuaika	38
Kassavirta kuukausittain	27
Kassavirta viikoittain	16
Varaston arvo ja varaston kiertonopeus	7
Joku muu, mikä?:	0
En seuraa, mutta haluaisin. Kertokaa mitä?	
Pitkäaikaiset/lyhytaikaiset lainat ja velat rahoituslaitoksilta	7
Myyntisaamiset ja niiden maksuaika	2
Ostovelat ja niiden maksuaika	3
Kassavirta kuukausittain	7
Kassavirta viikoittain	7
Varaston arvo ja varaston kiertonopeus	5
Joku muu, mikä?:	0
En seuraa, koska en katso tarpeelliseksi	11

Vakavaraisuutta (Esim. Omavaraisuusaste)	
Kyllä seuraan. Valitse seuraavista mitä:	
Yrityksen omaisuuden arvo	23
Yrityksen vieraspääoman arvo	16
Tulorahoitusta eli miten hoidetaan vieraan pääoman takaisinmaksua	14
Vakavaraisuutta	23
Joku muu, mikä?:	0
En seuraa, mutta haluaisin. Kertokaa mitä?	
Yrityksen omaisuuden arvo	7
Yrityksen vieraspääoman arvo	7
Tulorahoitusta eli miten hoidetaan vieraan pääoman takaisinmaksua	5
Vakavaraisuutta	7
Joku muu, mikä?:	0
En seuraa, koska en katso tarpeelliseksi	25

Joku muu, mikä?:

- palkkakulut

Kyselyn tulokset

Kysymys 11

Saatteko edellä mainitut tunnuslukutiedot kirjanpitäjältänne?

Kyllä	45
En	38
Yhteensä	83

Kysymys 12

Mikäli saatte tiedot kirjanpitäjältänne, onko paras tapa saada palautetta

Suullisesti	17
Kirjallisesti	29
En halua palautetta ollenkaan	1
Yhteensä	47

Kysymys 13

Mitä seuraavista olisitte kiinnostuneita käyttämään päätöksenteon tukena? Voitte valita yhden tai useamman vaihtoehdon.

Kustannuspaikkaraportti	21
Vertailuraportti (Kuukausikohtainen tuloslaskelma, jossa vertaillaan kahta tai useampaa kuukautta)	29
Budjetointi	26
Projektiseuranta	12
Tulosten analysointi ja ennustaminen	21
Kassavirtalaskenta	23
Palkkojen, matka- ja kululaskujen sekä henkilöstökulut	25
Myynnin ja asiakasrekisterin raportit	23
Ostojen ja toimittajarekisterin raportit	15
Jokin muu, mikä?	0
En ole kiinnostunut raporteista	16

Kysymys 14

Mikä olisi mielestänne hyvä raportoinnin yhteydenpito taajuus?

Viikoittain	2
Kerran kuussa	47
Kvartaaleittain	18
Harvemmin	2
Yhteensä	69

Kysymys 15

Millä tavalla haluaisitte saada raportointia Yritys Oy:ltä? Valitkaa yksi vaihtoehto.

Postitse	0
Sähköpostina	29
Katson itse kirjanpito-ohjelmasta	34
Puhelinpalaverina kirjanpitäjän kanssa	5
Henkilökohtaisesti kirjanpitäjän kanssa	1
Muulla tavalla, mikä?	2
Yhteensä	71

Avoimet vastaukset

Muulla tavalla, mikä?

- Ehkä joku vakimuotoinen online-raportti taloudellisista perusindikaattoreista (= "kk-tuloslaskelma"), johon muistutus + linkki autom. sähköpostilla 1krt/kk

Kysymys 16

Miten mielestänne kirjanpitoraporttien luettavuutta/ymmärrettävyyttä voitaisiin helpottaa? Valitkaa yksi vaihtoehto.

Raportit esitetään pylväsdiagrammeina	12
Tunnuslukugrafiikkana, jossa on taulukkoon merkitty tärkeimmät tunnusluvut	22
Raportit tulkitaan henkilökohtaisesti yhdessä kirjanpitäjän kanssa	11
Raportit tulkitaan puhelinpalaverina yhdessä kirjanpitäjän kanssa	16
Muuten, miten?	4
Yhteensä	65

Avoimet vastaukset

Muuten, miten?

- -
- Raportin siirto Exceeliin jatkokäsittelyä varten
- Raportissa sekä numerodata + graafiset kuvaajat. (pylväs- tai viivadiagrammit). Henkilökoht. keskustelu / tulkinta tarvittaessa.
- nykyraportti on kovin ahtaasti kirjoitettu, vähän väljyyttä niin lukeminen helpottuu

Kysymys 17

Kiitos vastauksistanne. Mikä haluatte, että teihin ollaan yhteydessä tähän kyselyyn liittyen, jättäkää yhteystietonne alle.